



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA
DE SISTEMAS**

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones
Peloncito S.A.C

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero de Sistemas

AUTORES:

Flores Araujo, Karina Vanessa (ORCID: 0000-0003-1611-9260)

Valdez Espinoza, Christian José (ORCID: 0000-0002-1544-4646)

ASESOR:

Mgtr. Bermejo Terrones Henry Paul (ORCID: 0000-0002-3348-0181)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de información y Comunicaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios por darme la fuerza y guiarme a lo largo de mi existencia y fortaleza en todos los momentos de dificultad.

A mis padres Elsa y David por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y no temer a las adversidades, a mis hermanos Ruth, Gim y Jassineth; por su apoyo incondicional y por estar en todo momento.

A mi Mamá Aleja que siempre me dijo palabras de aliento y consejos para continuar adelante y que desde el cielo me cuida siempre.

Karina Vanessa Flores Araujo

A Dios por permitirme alcanzar mis objetivos y poder avanzar en mi camino personal y profesional

A mis padres y hermano por todo el apoyo recibido y darme los ánimos y fortaleza en seguir siempre hacia adelante

A mi hijo que es el motivo por el cual seguir avanzando y trazar nuevos proyectos en la vida

Christian José Valdez Espinoza

Agradecimiento

A Dios por guiarme a lo largo de mi vida profesional, brindándome la sabiduría para culminar con éxito.

A todos los profesores que con su sabiduría y conocimiento persuadieron en mi formación profesional; de manera especial a mi asesor por haberme guiado en el desarrollo de ésta investigación.

A mi familia por haber sido mi apoyo durante todo este tiempo, en especial a mis Padres

Karina Vanessa Flores Araujo

A Dios por todo lo que me ha dado en la vida y darles siempre la salud a mis seres queridos.

A todos los docentes que formaron parte de mi formación académica e inculcaron las buenas prácticas profesionales.

A la familia y amigos por sus consejos y apoyo

Christian José Valdez Espinoza

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

Yo Karina Vanessa Flores Araujo identificada con DNI N° 40300474 y Christian José Valdez Espinoza con DNI N° 40595059 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela Profesional de Sistemas, declaramos bajo juramento que toda la documentación que se acompaña es veraz y autentica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todo los datos e información que se presenta en esta tesis son auténticas y veraces.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar vallejo.

Lima, 22 de diciembre del 2019

Flores Araujo, Karina Vanessa
DNI N° 40300474

Valdez Espinoza, Christian José
DNI N° 40595059

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	12
2.1. Tipo y diseño de la Investigación	13
2.2. Operacionalización de Variables	13
2.3. Población, Muestra y Muestreo.....	16
2.3.1. Población	16
2.3.2. Muestra.....	16
2.3.3. Muestreo:.....	16
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.4.1. Técnicas	17
2.4.2. Instrumento de Recolección de datos	17
2.4.3. Validez.....	17
2.4.4. Confiabilidad.....	17
2.5. Procedimiento:	18
2.6. Métodos de Análisis de datos	18
2.6. Aspectos Éticos	18
III. RESULTADOS.....	19
3.1. Análisis Descriptivo:	19
3.2. Análisis Inferencial:.....	21
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES	29
VI. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS.....	35

RESUMEN

Actualmente existen en el país alrededor de dos millones de micro, pequeñas y medianas empresas las cuales son consideradas en el Perú como MiPymes y representan el 99.5% responsables de mover la economía, una de esas micro empresas es Creaciones Peloncitos S.A.C, empresa que en los últimos tres años ha visto mermada sus ingresos económicos por la informalidad que existe dentro de nuestra sociedad, especialmente en el emporio comercial de Gamarra, donde estuvieron por más de cinco años alquilando tiendas comerciales.

A inicios de 2018 la Empresa decide retirarse del Emporio comercial de Gamarra por la desleal forma de competir en la venta de ropas para niños y la inseguridad que había en la zona, esto llevó a la empresa que buscara nuevos mercados en el interior del país, pero sin llegar a tener grandes ventas como a los obtenidos en los pasados años

Además, en el Perú las tecnologías de información y comunicación han crecido a pasos agigantados, por lo que se puede observar un crecimiento en las compras y ventas por internet, pero existen muchas micro empresas que no usan estas herramientas para realizar sus ventas online ya que existen muchos requerimientos y falta de información de aquellas empresas que brindan los servicios de ecommerce. Por tal motivo nuestro objetivo general es determinar la influencia del Marketplace en la mejora del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncitos S.A.C

Para la investigación se utilizó la metodología SCRUM con framework laravel y motor de base de datos Mysql, dentro del desarrollo del Marketplace

Los resultados que se obtuvieron al implementar el Marketplace fue el incremento de las ventas, así como la mejora en el índice de la calidad de las ventas de la empresa Creaciones Peloncitos S.A.C

Palabra clave: Marketplace, proceso de ventas, índice de calidad, productividad

ABSTRACT

Currently there are around two million micro, small, and medium businesses in Peru that are considered MSMEs. They represent 99.5% of the market and are responsible for moving the economy. One of these micro enterprises is Creaciones Peloncito SAC, which in the last three years has seen their economic income diminished by the lack of structure and regulation that exists in our economy, especially in the commercial empire named Gamarra, where they have been renting commercial stores for more than five years.

At the beginning of 2018, the Company decided to withdraw from the Gamarra Commercial Emporium because of the unfair way to compete in the sale of children's clothes and the insecurity there was in the area, this led the company to seek new markets in the interior of the country, but without having great sales like those obtained in the past years.

In addition, in Peru information and communication technologies have grown by leaps and bounds. One can see a growth in purchases and sales online, but there are many micro companies that do not use these tools to make their online sales because there are many requirements and lack of information in these companies that provide these services. For this reason, our general objective is to determine the influence of the Marketplace in improving the sales process of Empresa Creaciones Peloncitos S.A.C

This investigation utilized the SCRUM methodology with the Laravel framework and Mysql database engine, in the development of the Marketplace.

The results obtained when implementing the Marketplace included an increase in sales, as well as the improvement in the index of the quality of sales of the company Creaciones Peloncitos S.A.C

Keywords: Marketplace, sales process, quality index, productivity

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad un Marketplace se ha transformado en una herramienta de gran éxito en el mundo del negocio, lo que permite eliminar las barreras geográficas permitiendo a los clientes llegar con facilidad a sus necesidades comerciales, todo esto gracias al internet; ésta modernización tecnológica exige a las empresas a hacer cambios; es decir incorporar nuevas tecnologías, modernizar sus procesos tanto de producción como de comercialización; lo cual le va a permitir adherirse a nuevos mercados.

A nivel internacional el mundo de los negocios y la actividad del comercio ha dado un gran giro en la tecnología con grandes cambios debido al desarrollo de las comunicaciones, lo que cualquier sector al que pertenezca la empresa obligan a mejorar su desempeño y sobre todo si desean permanecer e incrementar su participación en el mercado. Principalmente, a que las empresas puedan interrelacionarse con sus clientes en forma amigable. La mayoría de las empresas crecen con la ayuda de los vendedores.

En el Perú, la tecnología sigue avanzando a pasos agigantados, se puede observar que al usar los sistemas de información han ayudado a muchas empresas a mejorar sus ventas, pero aún existen muchas que no implementan un sistema, disipando los beneficios que podrían obtener. Una muestra clara es la informalidad de la venta de sus productos a nivel nacional.

En tal sentido, ésta investigación se centra en el problema del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C., que se encuentra situada en el distrito de La Victoria; la cual brinda servicio al público en general con respecto a la venta de ropa para niños y niñas. Con más de diez años de experiencia siempre pensando en la satisfacción del cliente, teniendo una proyección de brindar sus productos a nivel nacional e internacional.

Actualmente ésta empresa no ha tenido el crecimiento que se había proyectado debido a factores que afectan a las empresas de este sector como la competencia, los problemas económicos y sobre todo el desorden que existe en el distrito donde se encuentra ubicada la empresa; todo este tiempo en el mercado la empresa no se había preocupado por el manejo de su información y procesos, los cuales son llevados de forma casi manual y sin ninguna estructura que facilite el registro de sus productos, clientes o proveedores, lo mismo sucede con el control de sus ventas y búsqueda cuando sea requerido.

El problema que le preocupa enormemente es con respecto a las bajas ventas de sus productos, esto es a consecuencia del comercio ambulatorio que están sufriendo hoy por hoy las microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas formales al ver reducidos sus ingresos; lo que está conllevando a que ésta empresa se vuelva informal peor aún que opte por retirarse del gran emporio Gamarra.

Los dueños de ésta empresa no habían dado énfasis y reconocido en la calidad que tiene el acceder a la pesquisa en forma rápida y eficiente; no cuentan con ningún sistema de información con el que se pudiera hacer un rastreo continuo de toda su información. La ausencia de no contar con algún sistema de información implica que se presenten o se repitan los problemas que han tenido. Es por ello, que la propuesta hacia la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C. es mantener la calidad de sus productos y mejorar su productividad, por lo que se ha puesto énfasis en los requerimientos, tanto en materia tecnológica como en estrategias de ventas.

Por lo que el software que proponemos está basado en la nube como un Marketplace corregirá el proceso de ventas de la sociedad antes mencionada, que ayudará a reducir sus contrariedades y sobre todo con la interacción de las redes sociales, por lo que mejoraría su productividad y calidad de ventas, lo que conllevaría a la Empresa Creaciones Peloncito SAC captar más clientes al igual que mejorar sus ingresos económicos.

Investigadores nacionales que anteceden tenemos los ingenieros Figueroa Eder y Silva Raúl; en su tesis “Plataforma de comercio electrónico para optimizar el proceso de ventas de la mediana y pequeña empresa en la Región Lambayeque”, realizó ésta exploración con el fin de que las Mypes de la Región Lambayeque incursionen en las ventas por internet. Su objetivo fue desarrollar una plataforma de comercio electrónico para optimizar el proceso de ventas de las Mypes de la Región Lambayeque, la investigación concluye indicando que la arquitectura de la plataforma de comercio electrónico va a optimizar los distintos procesos de ventas de las Mypes todo esto gracias a las distintas funcionalidades que brinda el aplicativo, tanto así como ofrecer a través de internet por medio de depósito en las cuentas bancarias y también publicitar su negocio en la plataforma de comercio electrónico de forma económica y simple para las Mypes al igual a los clientes. Así mismo el ingeniero Vargas, Jefferson, en su tesis Sistema Web para el proceso de venta en la Empresa Calzatec EIRL, desarrollada en los años 2016 y 2017 de la UCV, la finalidad de éste trabajo de investigación

es aumentar su cartera de clientes, sobre todo renovar su proceso de ventas de dicha empresa; la cual tiene por objetivo fundamental la influencia de un sistema web en el proceso de ventas de la empresa en la hizo su investigación; así mismo la influencia de éste sistema en el promedio de pedidos por cliente y también la influencia del sistema en el porcentaje de fidelidad de los clientes; ésta investigación es de tipo aplicada y su diseño de estudio es pre-experimental, utilizó la metodología SCRUM. Contó con una población y muestra de 77 pedidos con 66 clientes. Concluye ésta investigación indicando que permitió el incremento del porcentaje de fidelidad de los clientes en un 8,69% y el pedido por cliente en 0,10 veces, en el proceso de venta. Y el ingeniero Sánchez, Enrique con su investigación “Sistema web para el proceso de ventas en la Empresa Axiom Software SAC”, presentada el año 2018 en la UCV, nos habla sobre la importancia de crear una plataforma para las pequeñas empresas de ofertar y vender sus productos por internet; cuyo objetivo es determinar la influencia de un sistema web en el proceso de ventas en la Empresa Axiom Software SAC que cuando desarrollen e implementen un sistema web permitan promocionar y vender por Internet los Servicios y Productos que la Empresa, con lo cual se logre conseguir nuevos Clientes e incrementar las ventas y ganancias; así mismo aumentar el porcentaje de crecimiento de ventas y la productividad de ventas. La investigación concluye que el porcentaje de crecimiento de ventas fue un aumento de 5,45% y en la productividad de ventas logró aumentar 171,65 unidades; por lo que indicó que un sistema web mejora exitosamente el proceso de ventas.

La Magistrada en ciencias en Tecnologías de Comunicación y Medios Rosa Arnone, en su tesis “The Omnichannel Marketplace: A Look at Modern Consumers” presentada en 2017, en The Rochester Institute of Technology de Nueva York, nos habla acerca de la satisfacción del cliente, asociada con cada canal, que debe proporcionar más información en cuanto a cómo comercializar con eficacia una amplia gama de marcas en el negocio al mercado de consume. Aquellas tiendas que están vendiendo por internet con éxito no solo ven una manera para realizar las ventas, sino que también buscan otros medios para realizar sus ventas, por esta razón los hace ser omnicanal. Al buscar diferentes medios, crece las opciones para los clientes de poder realizar sus compras desde su comodidad ya sea de su casa u oficina. La metodología de investigación empleo una encuesta por correo electrónico como método de recolección de datos, una muestra de conveniencia extraída de estudiantes de pregrado y postgrado de RIT, compartiéndose a través de las redes sociales para producir una muestra de bola de nieve

para participantes adicionales. Las encuestas se centraron específicamente en la compra digital y en las tiendas minoristas, en una muestra de 162 personas.

La Licenciada en Administración de Empresas María Barragán González, en su trabajo de fin de grado para su titulación “Los Marketplaces: Una fórmula de comercio electrónico muy útil para la Internacionalización de las Pymes”, en el año 2017 presentada en la Universidad de Sevilla, España, demuestra con esta investigación que una mediana y pequeña empresa, sin tener aquellos recursos financieros como los tendrían las grandes empresas, podrían triunfar comprando y vendiendo por internet gracias a las tecnologías de información adecuadas para tal propósito. Indica como los Marketplaces ayudan en los procesos de internacionalización por contar, entre sus características, una gran afluencia de personas que buscan variedades de productos y de menores costos, además que en estas plataformas se incluyen las redes sociales y esto a la vez produce un incremento en las ventas.

El Ingeniero de Sistemas Álvaro Gericke Parga en su trabajo de Fin de Grado para su titulación “Diseño e implementación de un Marketplace Social para una puesta en marcha sobre la base de un gestor de contenidos. Aplicación de sentimiento y Emoción con Análisis para la regeneración de detección de clientes”, para el 2017, presentada ante la Universidad Politécnica de Madrid España, explica el diseño y el desarrollo de un Marketplace que permita a las tiendas gestionar sus productos y reservas, y a los usuarios comparar productos similares de las tiendas cercanas y reservar el que ellos prefieran. Saber que clientes se están expresando en un único comentario es fácil, pero cuando se trata de la extracción de datos y análisis de información desde dentro de cientos o miles de comentarios no es tan fácil. Dentro de su metodología, hace un análisis de necesidades para identificar las necesidades o condiciones que el proyecto tiene que cumplir.

El sistema tiene dos partes principales que son: el sistema de análisis de sentimiento y emoción, y el sistema de visualización, donde el primer sistema analiza los comentarios que dejan los usuarios en la plataforma y luego pasa a ser almacenada en una base de datos. El segundo sistema de visualización se encarga de la extracción de la información que se tiene almacenada en la base de datos y la salida a las tiendas, además de proporcionar gráficos y tablas que se actualizan de respuestas e interactúa cuando el usuario filtra los resultados. Finalmente, en este proyecto se crearon dos versiones de plugin una de análisis de

sentimientos y emociones orientada a usuarios generales y otro orientada a lo empresarial, mostrando como se pueden integrar estas tecnologías.

Esto quiere decir que los Marketplace son plataformas tecnológicas al servicio de los usuarios donde existe oferta y demanda de los artículos publicados. Los Marketplace proporcionan espacios virtuales para que los usuarios registrados puedan promocionar sus productos, bajo las normas de la plataforma y que se hacen de previo conocimiento al usuario previo a cada alta de registro, aceptando los términos y condiciones, esta alternativa ofrece diversos servicios, como un plataforma de pagos en las diferentes modalidades de pago y la logística de recojo y entrega de los productos, haciéndolo más viable a aquellos negocios que no conocen de las nuevas tecnologías dentro del comercio electrónico.

Se toma en cuenta lo siguiente: Los ahorros de costes, son por que el comerciante no tiene que invertir en el desarrollo de una página web, marketing, posicionamiento del producto, etc., solo los costos por comisión por venta y en algunos casos una cuota mensual; la gestión de pagos, los Marketplace cuentan con la infraestructura para poder realizar los pagos de forma virtual, siendo los Marketplace quienes reciben los pagos de los clientes para luego pagar a los proveedores, para ello se firman contratos con entidades financieras con experiencia y acreditadas por la SBS para las transferencias de dinero, como por ejemplo la Empresa VisaNet Perú, además el Marketplace garantiza la devolución del dinero al cliente, si al recibir el producto no está conforme según lo establecido por el vendedor; el posicionamiento, es en este punto donde los proveedores se olvidan en invertir en publicidad ya que los Marketplace buscan estar posicionados y ser conocidos por todos los usuarios; la sinergia con los productos de otros vendedores, es la relación que existe entre un producto y otro como por ejemplo aquellos comerciantes que venden cinturones les interesa estar en la categoría donde se venderán los pantalones y la logística, son los servicios que brinda el Marketplace para la distribución de los productos.

Marketplaces online: Tipos, características y beneficios [No todos los Marketplaces tienen las mismas políticas de funcionamiento ni el mismo proceso de ventas, siendo cada Marketplace único, ya sea en el tipo de catálogo, en el tipo de cliente que atrae a su plataforma, la imagen que muestra hacia los consumidores y por ultimo las implicaciones económicas que tiene para los que distribuyen como para los que compran] Alma Muñoz (2 de mayo del 2018). [5 de mayo del 2019].

Recuperado de <https://blog.saleslayer.com/es/marketplaces-online-tipos-caracteristicas-beneficios>

En el proceso de la investigación se ha visto propicio el modelo de comercio electrónico Consumer to Consumer (C2C) Consumidor – Consumidor ya que un usuario del Marketplace como Creaciones Peloncitos S.A.C, podrá llegar a los consumidores sin la necesidad de administrar el sistema

Para Aubry (2015), “HTML significa Lenguaje de Marcado de Hypertexto, muy utilizada para la composición de páginas web estáticas, permitiéndonos desarrollar una estructura básica y mostrar su contenido, la última versión es HTML5” (p.8). Para nuestra investigación HTML forma parte del lenguaje que se usara para el diseño de la plataforma.

Wordpress está basada en una arquitectura de procedimientos y eventos con un sistema de filtros y ganchos, haciendo que cada petición del usuario, sea ejecutada cada acción en cierto orden para dar al usuario la respuesta requerida

Para Tomasi y Steppe (2010) “Es un sistema que gestiona contenidos conocido como CMS, por sus siglas en ingles Content Management System, el cual nos ayuda a crear páginas web, entre sus ventajas tenemos que es fácil de usar, los temas pueden ser personalizados, es de código abierto, el uso de plugin, es responsive y ayuda a mejorar el posicionamiento de las webs”. (p.6-8)

Para De La Cruz y Zumbado (2003), “MySQL es un software instalado en un computador que funciona como servidor de base de datos muy popular, estable, veloz y fácil para el desarrollo, además su estructura es fácil de personalizar y está conformada por diferentes bases de datos en la cual cada una consta de tablas que contienen información y tienen columnas, datos y índices” (p.113)

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación de España INTECO [marzo 2009], Desarrollar software no es fácil y por ello existen diversas metodologías, así tenemos las tradicionales centrados en el control de procesos y las ágiles que se centran al valor que da el cliente para el desarrollo del software a través de participaciones cortas. Las metodologías

tienen como principio la combinación de diferentes modelos de procesos.

Para Vargas, Soto y Giraldo (2018), “La metodología SCRUM se adapta, es rápida, repetitiva, eficaz y flexible, con este método los trabajos se dividen en ciclos cortos llamados sprints, la estructura del Scrum” (p.35) Se divide en tres elementos los cuales son: Principios, aspectos y procesos.

Considerando los plazos para la puesta en producción de nuestro proyecto y de tener requisitos que irán cambiando en el desarrollo, son por tales motivos que decidimos por implementar la metodología SCRUM dentro de nuestra investigación con la validación de la calificación que nos dan los expertos mostrado en la siguiente tabla.

En la evaluación de los expertos (anexo N° 2) con un 85% confirman que para realizar este proyecto de investigación es conveniente utilizar la metodología SCRUM.

Según Armstrong y Kotler “En el proceso de ventas los vendedores deben seguir una serie de pasos que deben dominar. El objetivo de estos pasos es captar nuevos clientes y que estos clientes generen órdenes de compra, pero la mayoría de vendedores se centran en dar mantenimiento a cuentas y crear relaciones con los clientes existentes.”(p.405)

La técnica de ventas AIDA. Atención, Interés, Deseo y Acción [Es una técnica que tiene su origen alrededor de los años cincuenta, época donde las ventas se empezaron a considerar como una profesión y se crearon programas de capacitación para las ventas. Esta técnica describe el proceso básico, donde las personas son motivadas a través de estímulos que los conducen a tener ventas exitosas.] Zambrano Valdivieso Oscar [22 de marzo del 2011]

MIPYMES (Microempresas, Pequeñas empresas y Medianas empresas). Según la legislación peruana el 02 de julio del 2013 se promulgo la ley 30056 en la que se fija un marco de legalidad para promover la competitividad, formalización y el progreso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) y está constituido por un 99,6% de negocios formales que existen en el Perú, cabe recalcar que a pesar que forman parte de una misma categoría, pero cada una tiene sus propias características. Tenemos la Microempresa existen varios negocios familiares que adoptan este modelo de empresa, por lo que no

requieren una inversión grande. Total, de empleados entre un numero de uno y diez. Porcentajes de ventas al año no mayores a 150 UIT. Actualmente en el Perú existen más de 50000 pequeñas empresas. Total, de empleados hasta un número máximo de cien. Porcentajes de ventas al año entre 150 y 1700 UIT. Las Medianas empresas se trata de un modelo de empresa mucho más complejo, por lo que requiere un nivel de organización más sofisticado. Empleados con un número mayor a cien. Porcentaje de ventas al año entre 1700 y 2300 UIT.

Según Conde (2012) “La prospección consiste en la investigación la cual es fundamental para el crecimiento de las ventas, basándose en una búsqueda constante de nuevos clientes, siendo una carrera para lograr el éxito o el fracaso en las ventas” (p.51)

Según Pérez (2016) define que “la productividad en ventas está incorporada a la eficiencia del mismo modo al tiempo; cuando se invierta menos tiempo en obtener un efecto deseado, el carácter productivo del sistema será mayor. A mayor productividad admite una mayor rentabilidad en la empresa”

Según Menendez Mueras (2013) “Un actor de negocio puede ser cualquier entidad, individuo, grupo, organización, maquina o sistema de información que puede ser externo y que de alguna forma interactúa con el negocio. El modelo del actor, es la función que realiza al interactuar con el negocio para obtener beneficios de sus resultados”.(p.14)

Para Camisón, Cruz y Gonzales (2006) “La calidad es la orientación hacia el cliente, midiéndose por la percepción de la calidad dada por el consumidor y no por la empresa” (p. 169). Indicador Índice de calidad de ventas, para inspeccionar un buen índice de la calidad en las ventas ejecutadas, se tomará a modo de variable las devoluciones de los productos y las ventas de los pedidos totales. La siguiente fórmula especifica que una venta realizada se considera un pedido efectuado y se toma la fórmula por porcentajes.

El problema principal de ésta investigación es ¿Cómo el Marketplace mejorará el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C? y los problemas específicos ¿De qué manera el Marketplace incrementará la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C? y ¿De qué forma el Marketplace mejorará el índice de calidad de ventas en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C?

En esta investigación el Marketplace para el proceso de venta de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C, se presentan los motivos por los cuales este proyecto es relevante para el lugar en el cual se implementará. Ésta investigación se justifica económicamente que no tendrá un alto costo pues se ejecutará con un software libre, lo que les permitirá ahorrar con respecto a la adquisición de las licencias; mejorar productividad de ventas y el índice de calidad de ventas.

Asimismo Méndez (2019), define que “Esta herramienta tecnológica provee el acceso de una enorme cantidad de información preliminarmente detallada y disponible al ser solicitada, con ello se toman medidas más apropiadas y beneficiosas” (Pág. 51); por otro lado la investigación se justifica institucionalmente en que podrá favorecer a la Empresa creaciones Peloncito SAC de manera que tendrá un mejor perfil y sobre todo orden en los acaecimientos de los usuarios registrados durante un espacio del día en el sistema, consiguiendo mejorar e innovar su productividad en ventas. Según Jorge Salazar (2018), señala que actualmente las Empresas más Importantes de Lima utilizan herramientas virtuales de publicidad online para dar a conocer a través del Internet, sus marcas, sus servicios y diversos productos para lograr el interés persuasivo del usuario en la compra y sobre todo en la confianza de sus actuales y futuros clientes. Además, las Empresas Asociadas también lograrán promocionar y vender sus productos en el Marketplace.

La presente tesis se justifica tecnológicamente, dado que el Marketplace realiza una transacción online es abogar por lo práctico, de tal manera que el cliente pueda acceder a la información desde cualquier lugar y sobre todo en cualquier momento, sirviendo esto para la productividad de las ventas y por tanto su desarrollo es algo natural en la era tecnológica. En la actualidad en un negocio o empresa tradicional de productos que no cuenta con herramientas virtuales les dificulta intentar posicionar su negocio y a la vez mejorar económicamente. En realidad, al dar el gran salto hacia el internet te puedes proyectar otras opciones que pueden ser más espontáneas al posicionar y vender.

Según Zambrano (2011) señala que “Los reportes y tableros de control hechos tendrán gráficos e indicadores de gestión que socorrerán a los usuarios finales sobre todo en la toma de decisiones” (Pág. 4) El investigador Vargas (2017), indica que su sistema web realmente

logró optimizar el proceso de ventas y lo que fue muy beneficioso para la empresa. Por lo consiguiente, los obreros realizaron sus labores de forma ordenada, eficaz y rápida. Ahora los clientes pueden tener a su disposición los productos y realizar sus compras de una forma más rápida. El Marketplace eliminará barreras geográficas para las MiPymes, logrando así promocionar su marca, los servicios y por supuesto vender sus productos en forma masiva por internet, lo cual permitirá optimizar su productividad de ventas y de esta manera a la vez mejorar el índice de calidad de ventas; con esto lograr la fidelización de clientes o aumentar su cartera de clientes.

La hipótesis general de ésta investigación es que el Marketplace mejorará el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C cuyas hipótesis específicas son el Marketplace incrementará la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C. y El Marketplace mejorará el índice de calidad de ventas en el proceso de ventas de la empresa de Creaciones Peloncito S.A.C.

El objetivo general de la investigación es determinar la influencia del Marketplace en la mejora del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C. y los objetivos específicos tenemos a determinar la influencia del Marketplace en el incremento de la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C. y determinar la influencia del Marketplace en la mejora del índice de calidad de ventas del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Esta investigación es de tipo aplicada, porque se busca resolver un problema determinado, con nuevos conocimientos para complementar los ya adquiridos y poder aplicarlo en la resolución del problema planteado y tendrá un nivel explicativo. La investigación utilizará un diseño pre-experimental porque se realizará una prueba antes y después.

2.2. Operacionalización de variables

2.2.1. Definición Conceptual

Variable Independiente (VI): Marketplace

El Marketplace es un modelo de negocio en constante crecimiento en diferentes países y es como el mercado de la zona donde una persona vive y donde cualquier persona puede ir a vender y comprar diferentes productos, pero a través de un medio digital (Zenith, 2013, blogginzenith.zenithmedia.es)

Variable Dependiente (VD): Proceso de Ventas

Se puede decir que este proceso es una sucesión lógica en la que el comerciante con su forma de tratar, convence a un potencial comprador y en consecuencia el cliente reacciona de forma favorable concretándose la venta (Staton, Etzel y Walker, 2007, “Fundamentos de Marketong”, p. 8)

2.2.2. Definición Operacional

Variable Independiente (VI): Marketplace

El Marketplace admitirá a la empresa exhibir sus productos de forma digital, haciendo que esté a disposición de cualquier persona que tenga una computadora, equipo móvil o Tablet con conexión a internet y de esta manera realizar ventas sin necesidad de tener una tienda física, mejorando el proceso de ventas.

Variable Dependiente (VD): Proceso de Ventas

En un proceso de ventas se tiene que tomar en cuenta diferentes aspectos, entre ellos la capacidad de ventas de cada vendedor con que cuenta la empresa y la cantidad de ventas que realiza la empresa por día, puntos que son determinante en el crecimiento de una empresa y que definen los costos de sus productos y pagos de trabajadores

TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable Independiente: Marketplace	Según Zenith (2013), es un modelo de negocio en constante crecimiento, donde cualquier persona puede vender y comprar diferentes productos, pero a través de un medio digital.	Permite a la empresa exhibir sus productos de manera digital, de esta manera cualquier persona con una computadora, equipo móvil o tablet con conexión a internet.			
Variable dependiente: Proceso de ventas	Según Staton, Etzel y Walker (2007), es una secuencia lógica en la que el vendedor con su forma de tratar, convence a un comprador y en consecuencia el cliente reacciona en forma favorable concretamente la venta.	Los diferentes aspectos como capacidad de ventas y cantidad de ventas determinaran el crecimiento de una empresa.	Prospección	Productividad de ventas	Razón
			Calidad	Índice de calidad de ventas	Razón

FUENTE: Elaboración Propia

TABLA 2: DESCRIPCIÓN DE INDICADORES

Dimensión	Indicador	Descripción	Técnica	Instrumento	Unidad de medida	Fórmula
Prospección	Productividad de ventas	La productividad suele estar asociado a la eficiencia y al tiempo se invierte en lograr el resultado anhelado, mayor será el carácter de producción del sistema como resultado	Fichaje	Ficha de registro	Porcentaje	$PV = \frac{TVD}{HTAV} \times 100$ <p>PV = Productividad de ventas TVD = Total de ventas diarias HTAV = Horas trabajadas por el actor de ventas Fuente: Sánchez, Enrique; 2018</p>
Calidad	Índice Calidad de Ventas	Este indicador calcula la proporción de la cantidad de pedidos devueltos sobre el número de pedidos totales.	Fichaje	ficha de registro	Porcentaje	$ICV = \frac{VD}{VT} \times 100$ <p>ICV = Índice de calidad de Ventas VD = N° de ventas devueltas VT = N° de ventas totales Fuente: Yañez, Roninson; 2017</p>

FUENTE: Elaboración Propia

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Para Tamayo y Tamayo, 1997, una población o universo, es un grupo de elementos que posee peculiaridades definitorias, donde el fenómeno a estudiar es la población y cada unidad de la población tiene características en común, en consecuencia, dará origen a datos para el estudio. La población para el indicador Productividad de ventas será 118 días por registros de ventas en 4 meses. Por otro lado, para el indicador índice de calidad de ventas se tendrá en cuenta una población de 12 semanas por registro de productos devueltos dentro de un trimestre de la empresa Creaciones Peloncito SAC.

2.3.2. Muestra

Para Tamayo y Tamayo, 1997, la muestra determinar un problema ya que genera datos donde se podrán identificar las deficiencias dentro del proceso, esta muestra es un grupo de sujetos que se sustrae de la población hacia el estudio del fenómeno estadístico. Por lo que la muestra a utilizar para el primer indicador será de 91 registros que corresponde a utilizar tres fichas de registro.

Para Hernández quien fue citado por Castro (2003), nos dice que, “cuando se tiene una población de individuos que va a ser menos de cincuenta, es en estos casos que la población será igual que la muestra” (p.69). Para el índice de calidad de ventas se tomará en cuenta una muestra igual que la población que es de 12 registros, realizados en tres meses trabajados semanalmente.

2.3.3. Muestreo:

Toma y Rubio (2008, p21), señala que, al conseguir la muestra probabilística, los puntos más relevantes a tocar son el proceso de selección, el cual apoyará en la manera de cómo utilizarla. Para la investigación se utilizará el muestreo aleatorio simple, ya que se conoce la cantidad de la población y sobre todo tienen la misma probabilidad de ser escogidos.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Mediante la opinión de Santa Paella y Feliberto Martins, (2012) “Nos indica que el fichaje consiste en que se pueda registrar los datos que dentro de la revisión bibliográfica se van obteniendo, dentro de los procesos en que se están desarrollando” (p.124). Para la tesis esta técnica permitirá realizar la recolección de los datos en registros, de las diferentes fuentes que nos brinda el representante de la Empresa Creaciones Peloncito SAC, para el correcto uso y análisis de estudio.

2.4.2. Instrumento de Recolección de datos

Para Niño Rojas, (2007) “Las fichas de registro son un medio de información muy práctico, tanto para documentar, como para recolectar datos, tienen la ventaja de facilitar el contenido por temas cuando se va a procesar y analizar los datos”. (p.98) Este instrumento lo utilizaremos dentro de esta investigación para recolectar los datos de cada indicador la productividad de ventas y del índice de calidad de ventas de la empresa Creaciones Peloncito SAC.

2.4.3. Validez

Según Sampieri, (2013)” el concepto de validez se cuenta al grado en que mide realmente un instrumento una variable, debe reflejar un dominio específico de lo que se mide” (p.277). Esta investigación tuvo la validación de tres expertos, considerando la realidad del estudio. Para el indicador productividad en ventas un promedio de 88.14% y para el Índice de Calidad de Ventas un 88.38% donde los instrumentos cumplen con la función establecida.

2.4.4. Confiabilidad

Según Niño Rojas, (2011)” la confiabilidad o fiabilidad corresponde a una exigencia básica, para aseverar la veracidad y precisión de los datos, para ello el instrumento debe medir con total veracidad, al mismo participante en diferentes momentos y al final arrojar los mismos resultados. “(p.87). Se utiliza la prueba T de Student para determinar si hay una incompatibilidad significativa entre las medias de dos grupos. De acuerdo a la prueba de test - retest el nivel de fiabilidad

para el indicador de Productividad de ventas los valores son superiores a 0,8 coincide con el otro indicador Índice de calidad de ventas lo cual garantiza que los datos recogidos para ambos son fiables. Para el contexto de esta investigación se tuvo que aplicar el nivel de confiabilidad a través del software IBM SPSS Statistics.

2.5. Procedimiento

En el presente trabajo de investigación se está utilizando la técnica del fichaje por ende el instrumento a utilizar son las fichas de registro otorgados por la Empresa Creaciones Peloncito SAC

2.6. Métodos de análisis de datos

Para Rubio y Berlanga (2012), indica que “es habitual que se usen pruebas no paramétricas ya que muchas variables existentes no cumplen con las condiciones de parametricidad, esto pasa cuando nos referimos a aquellas variables cuantitativas que son continuas, varianzas iguales, muestras mayores a 30 casos y distribución normal de las muestras y aun así la distribución de la variable este en duda y la muestra sea menor a 30 casos, el uso de las pruebas no paramétricos está indicado”(p.102). En esta investigación el método que se va a utilizar para el análisis de los datos es cuantitativo y es debido que nuestro estudio es pre-experimental y por tal motivo los resultados que se obtengan nos indicarán si la hipótesis presentada es la correcta. Para ésta investigación se usó el software de estadística llamado SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), que significa Producto de Estadística y Solución de Servicio, usando la prueba de t-Student, el cual nos permitirá realizar los análisis de los datos.

2.6. Aspectos éticos

En la actual investigación, los investigadores se comprometen en respetar y usar los datos obtenidos de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C, con responsabilidad, salvaguardando la documentación que se genere dentro de la investigación, además de que toda la información recaudada es verídica y toda la investigación sigue los lineamientos de la Universidad Cesar Vallejo.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis Descriptivo:

En la presente investigación se utilizó Marketplace de ventas para evaluar la productividad de ventas y el índice de calidad de ventas; para esto se empleó un pre-test que permita estar al tanto de la situación inicial del indicador; subsiguientemente se efectuó el Sistema y de nuevo se registró el indicador de productividad de ventas y el índice de calidad de ventas. Los resultados descriptivos que se tienen se verifican en las tablas:

- **Indicador: Productividad de ventas**

El resultado descriptivo de productividad de ventas se muestra en la tabla:

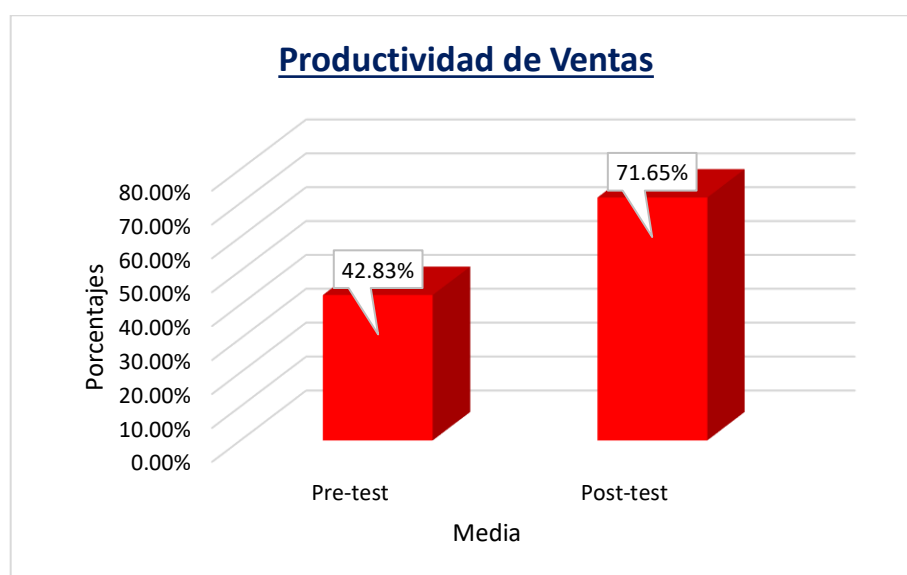
TABLA 3: MEDIDAS DESCRIPTIVAS DE PRODUCTIVIDAD DE VENTAS EN EL PROCESO ANTES Y DESPUÉS DEL MARKETPLACE

Estadísticos Descriptivos							
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Varianza
Pretest	30	50,00	25,00	75,00	42,8333	12,06543	145,575
Posttest	30	145,50	7,75	153,25	71,6533	38,14883	1455,333
N válido (por lista)	30						

FUENTE. Elaboración Propia

En la productividad de ventas, el pre-test que se consiguió fue de 42,83%, en tanto el post-test fue de 71,65% así como se aprecia en la figura; esto indica una gran diferencia previamente y posteriormente de la implementación del Marketplace; así mismo, el índice de productividad mínima fue de 25% previamente y de 7,75% (ver tabla) posteriormente del Marketplace. En la dispersión de la productividad de ventas, el pre-test obtuvo una variabilidad del 12,07%; mientras que en el post-test se tiene un valor de 38,15%. Éstos datos se obtuvieron del análisis del pre y post test, ver anexos 9 y 13.

FIGURA 1: PRE-TEST Y POST-TEST DEL INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD DE VENTAS



FUENTE: Elaboración Propia

Como se observa en la figura 1, el pre-test fue de 42,83% mientras que en el post-test fue de 71,65%, esto indica que la productividad de ventas aumentó con referencia al pre-test. Éstos porcentajes se obtuvieron del pre y post-test. (Ver anexos 9 y 13)

- **Indicador: Índice de calidad de ventas**

En la siguiente tabla se observa:

TABLA 4: MEDIDAS DESCRIPTIVAS DEL ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DEL MARKETPLACE.

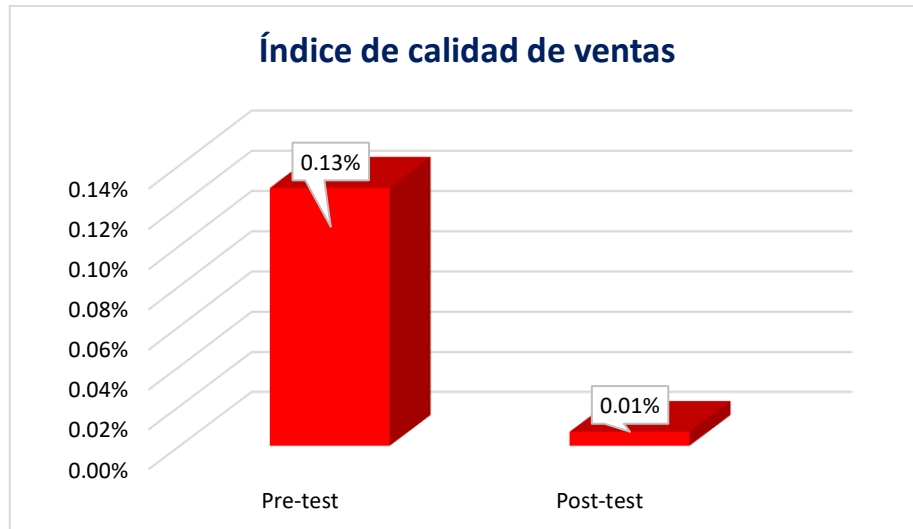
Estadísticos descriptivos							
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Varianza
Pretest	4	,045	,024	,069	,03963	,020562	,000
Posttest	4	,004	,006	,010	,00739	,001980	,000
N válido (por lista)	4						

FUENTE: Elaboración Propia

En cuanto al índice de calidad de ventas, el porcentaje para el pre-test fue de 0,04%, mientras que en el post-test fue de 0,01% tal como se estima en la figura; esto muestra una gran diferencia previamente y posteriormente de la implementación del Marketplace; igualmente, el porcentaje del índice de calidad de ventas mínima fue del 0,024% precedentemente, y 0,006% (Ver tabla 4) posteriormente de la implementación del Marketplace. Los resultados son de los datos obtenidos del pre y post-test, ver anexos 12 y 14

En cuanto a la dispersión del porcentaje del índice de calidad de ventas, en el pre-test se tuvo una variabilidad de 0,020%; sin embargo, en el post-test se tuvo un valor de 0,002%.

FIGURA 2: PORCENTAJE DEL ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARKETPLACE



FUENTE: Elaboración Propia

Se observa en la figura 2, el porcentaje del pre-test fue de 0,12% y en el post-test de 0,07%, lo cual indica que hubo menos devoluciones de los productos, entonces significa que el índice de calidad de ventas a mejorado. (Ver anexos 12 y 14)

3.2. Análisis Inferencial:

Prueba de Normalidad

Se realizó las pruebas de normalidad para saber si los indicadores de productividad de ventas y el índice de calidad de ventas provienen de una distribución normal en el cual se aplica la prueba de Shapiro-Wilk. Éste método es por el tamaño de muestra estratificada está conformada por 30 fichas de registro lo cual es menor a 50, así como lo señala Hernández [et al.] (2014, p. 376). Ésta prueba se realizó ingresando los datos de cada indicador en el SPSS 25.0 (software estadístico), para un nivel de confiabilidad del 95%, así tenemos:

Si:

$n \geq 50 \Rightarrow$ aplicar método de Kolmogorov – Smirnov

$n < 50 \Rightarrow$ aplicar método de Shapiro – Wilk

Así también tenemos los principios de la prueba de normalidad:

$Sig < 0,05 \Rightarrow$ *adopta una distribución no normal – Wilcoxon*

$Sig \geq 0,05 \Rightarrow$ *adopta una distribución normal – TStudent*

Dónde “Sig” es el nivel crítico del contraste. Por lo cual basados en la definición de comprobación de hipótesis tenemos:

$p - valor \leq 0,05$

\Rightarrow *rechazar la hipótesis nula, asumimos la hipótesis alterna (H_1)*

$p - valor > 0,05 \Rightarrow$ *aceptamos la hipótesis nula (H_0)*

INDICADOR: Índice de productividad

Con el ecuánime propósito de escoger la prueba de hipótesis; los datos ingresados fueron sometidos a una demostración de su distribución, concretamente si éstos datos de productividad de ventas generados contaban con una distribución normal.

TABLA 5: PRUEBA DE NORMALIDAD DE PRODUCTIVIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DEL MARKETPLACE

Pruebas de normalidad			
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Pretest	,959	30	,288
Posttest	,977	30	,737

FUENTE: Elaboración propia

Se muestra en la Tabla 5 los resultados de la prueba realizada indica que el Sig. de productividad de ventas para el Pre-Test fue de 0.288, éste valor es mayor que 0.05. Entonces, la productividad de ventas se distribuye en forma normal. Éstos resultados de la prueba del Post-Test revelan que el Sig. de la productividad de ventas fue de 0.737, que es mayor que 0.05, lo que significa que la productividad de ventas se dosifica en forma normal. Lo que ratifica que la distribución es normal en ambos datos de la muestra, como se muestra en las Figuras 3 y 4.

Indicador: Índice de calidad de ventas

Con el propósito de escoger la prueba de hipótesis; los datos alcanzados se sometieron a la prueba de distribución, concretamente los datos Entregados Completos forman una distribución normal.

TABLA 6: PRUEBA DE NORMALIDAD DEL ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DEL MARKETPLACE.

Pruebas de Normalidad			
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Pretest	,811	4	,124
Posttest	,778	4	,068

FUENTE: Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla 6, la información de la prueba indica que el Sig. del índice de calidad de ventas en el Pre-Test fue de 0,124, éste valor es mayor que 0.05, por lo que se verifica que el índice de calidad de ventas se distribuye en forma normal. En los datos arrojados de la prueba del Post-test indican que el Sig. del índice de calidad de ventas fue de 0.068, lo cual es mayor que 0.05, con lo cual indica que el índice de calidad de ventas se distribuye en forma normal. Lo que ratifica que la distribución es normal en ambos resultados.

3.3. Prueba de Hipótesis

Hipótesis de investigación 1

H1: El Marketplace incrementará la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C

- **Indicador:** Productividad de ventas

Definiciones de variables:

IPa: Productividad de ventas generada antes de usar el Marketplace.

IPd: Productividad de ventas generada después de usar el Marketplace.

Hipótesis H₀: Marketplace no mejora la productividad del proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito SAC

$$H_0: IP_{a1} \geq IP_{d1}$$

El indicador sin el Marketplace es mejor que el indicador con el Marketplace

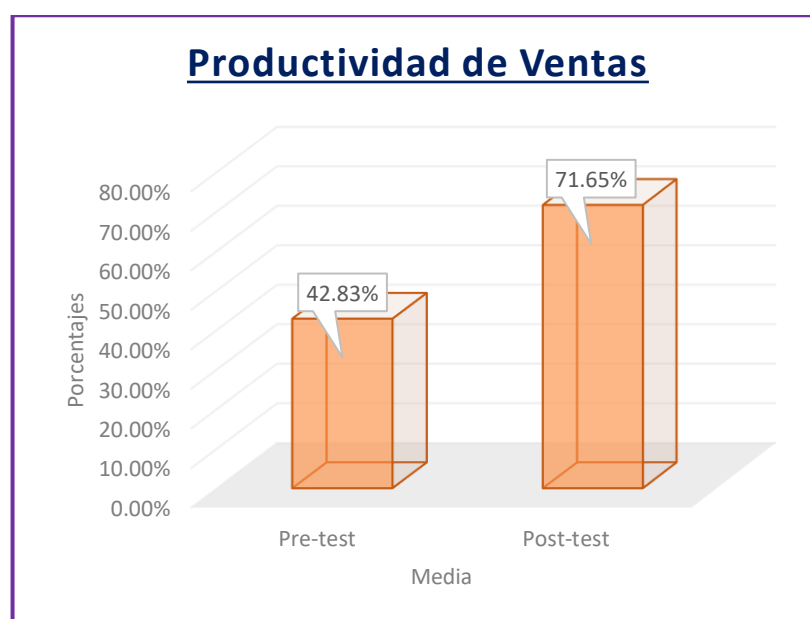
- **Hipótesis H₁:** El Marketplace incrementará la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C

$$H_1: IP_a < IP_d$$

El indicador con el Marketplace es mejor que el indicador sin el Marketplace

En la figura 22, la productividad (pre test) es de 42,83% y el post test es 71,65%

FIGURA 3: INDICADOR PRODUCTIVIDAD DE VENTAS – COMPARATIVA GENERAL



FUENTE: Elaboración Propia

Se sella con la figura que existe un incremento en la productividad de ventas, lo cual se puede confirmar al comparar las medias respectivas, que asciende de 42,83% a 71,65%. En cuanto al resultado del contraste de hipótesis se aplicó la Prueba T-Student, debido a que los datos obtenidos durante la investigación (Pre-test y Post-test) se distribuyen normalmente. El valor de T contraste es de -3,626

TABLA 7: PRUEBA DE T-STUDENT PARA LA PRODUCTIVIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DE IMPLEMENTAR EL MARKETPLACE

	Prueba de T-Student			
	Media	T	gl	Sig. (bilateral)
PV_Pretest	42,8333	-3,626	29	0,000
PV_Posttest	71,6533			

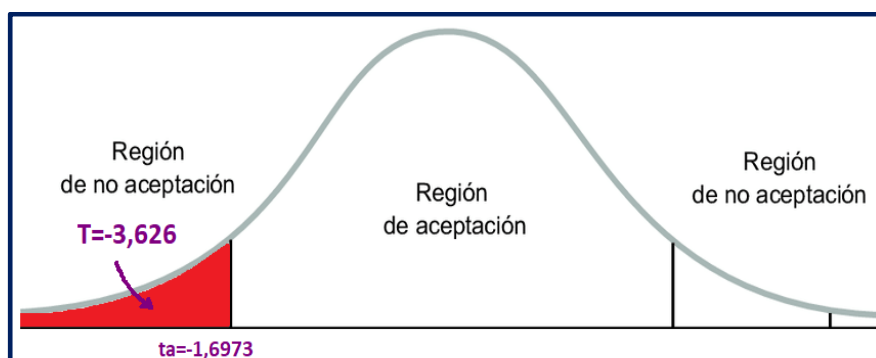
FUENTE: Elaboración Propia

Entonces, se rechaza la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna con un 95% de confianza. Además, el valor de T obtenido, como se muestra en la figura, se ubica en la zona de rechazo. Por lo tanto, el Marketplace mejora la productividad de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC.

Aplicando la fórmula T-Student:

$$T = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S_x}{\sqrt{n}}}$$
$$T = \frac{42,83 - 71,65}{\frac{43,53}{\sqrt{30}}}$$
$$T = -3,626$$

FIGURA 4: PRUEBA T-STUDENT –PRODUCTIVIDAD DE VENTAS



FUENTE: Elaboración Propia

Hipótesis de Investigación 2:

- **Hipótesis H₂:** El Marketplace mejorará el índice de calidad de ventas en el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.
- **Indicador: Índice de calidad de Ventas**

Hipótesis estadísticas

Definición de variables:

I_{a2}: Índice de calidad de ventas medido antes del Marketplace

I_{d2}: Índice de calidad de ventas medido después del Marketplace.

Hipótesis Nula (H_{E0}):

El Marketplace no mejorará el índice de calidad de ventas en el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.

$$H_0: I_{a2} > I_{d2}$$

Hipótesis Alternativa (H_A):

El Marketplace mejorará el índice de calidad de ventas en el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.

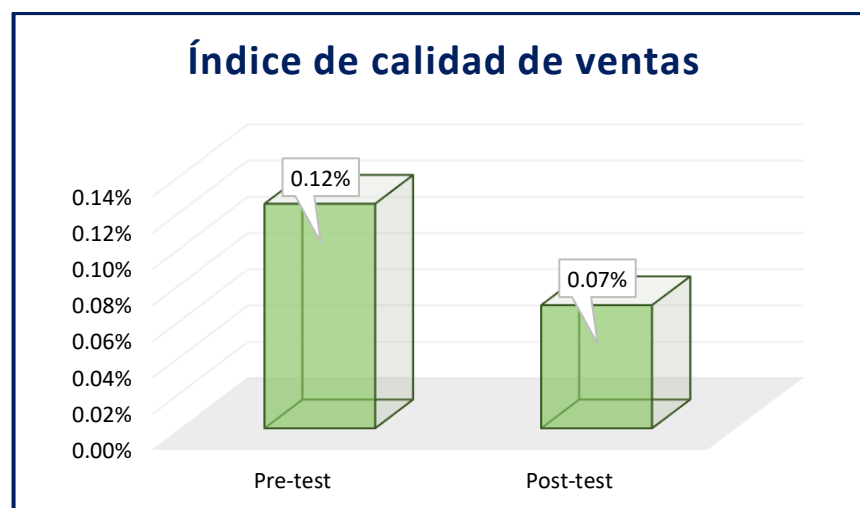
$$H_A: I_{a2} > I_{d2}$$

Nivel de significancia

Nivel de significancia (α): 0.05

Nivel de confianza ($\gamma=1-\alpha$): 0.95

FIGURA 5: INDICADOR ÍNDICE CALIDAD DE VENTAS - COMPARATIVA GENERAL



FUENTE: Elaboración Propia

Se verifica que existe una mejora en el índice de calidad de ventas, el cual se puede verificar al comparar las medias respectivas, que desciende de 0,12% a 0,07%. En cuanto al resultado del contraste de hipótesis se aplicó la Prueba T-Student, debido a que los datos obtenidos durante la investigación (pre-test y Post-test) se distribuyen normalmente. El valor de T contraste es de 3,083.

TABLA 8: PRUEBA DE T-STUDENT PARA EL ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DE IMPLEMENTAR EL MARKETPLACE

	Prueba de T-Student			
	Media	T	gl	Sig. (bilateral)
PV_Pretest	0,039	3,083	3	0,054
PV_Posttest	0,013			

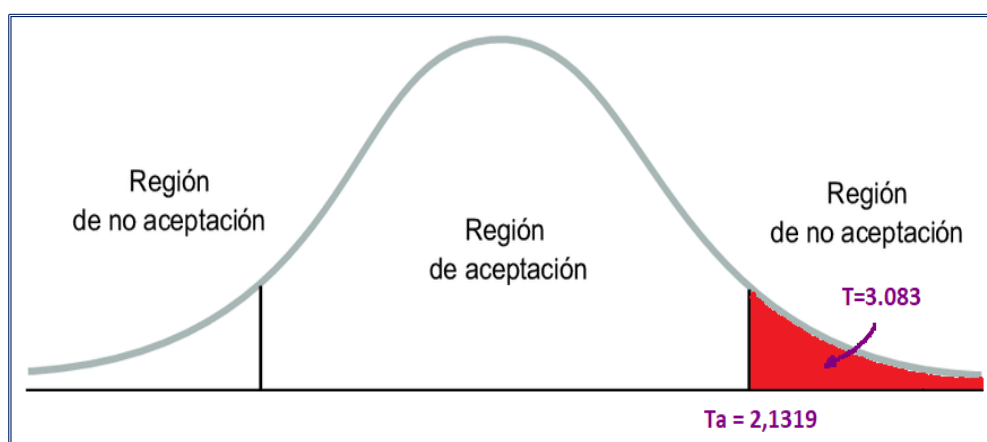
FUENTE: Elaboración Propia

Entonces, se rechaza la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna con un 95% de confianza. Además, el valor de T obtenido, como se muestra en la figura, se ubica en la zona de rechazo. Por lo tanto, el Marketplace mejora índice de calidad de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC.

Aplicando la fórmula T-Student:

$$T = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S_x}{\sqrt{n}}}$$
$$T = \frac{0,039 - 0,013}{\frac{0,017}{\sqrt{4}}}$$
$$T = 3,083$$

FIGURA 6: PRUEBA T-STUDENT – ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS



FUENTE: Elaboración Propia

IV. DISCUSIÓN

En nuestra investigación, los resultados que se tuvieron sobre el indicador de productividad de ventas para el proceso de ventas de la empresa creaciones peloncitos SAC fueron 42,83% antes de la implementación del Marketplace y 71,65% después de haberse implementado el Marketplace.

Como en la investigación de Enrique Sánchez Córdova titulada “Sistema web para el proceso de ventas en la empresa Axiom Software S.A.C”, donde se aumentó la producción de ventas de un 15.40% a un 20.85% con la implementación de su sistema, mejorando el proceso de ventas; tenemos que ambos sistemas aumentaron el proceso de ventas con la diferencia que el Marketplace mejoro notablemente este indicador.

Sobre el índice de calidad de ventas los datos obtenidos antes de la implementación del Marketplace fueron 0,12% lo cual se puede visualizar en el pre test y después de la implementación del Marketplace se tuvieron 0,07% para el post test.

Como en la investigación de Robinson Yañez Romero titulada “Sistema web para el proceso de ventas en la empresa Rysoft”, donde se muestra el índice de calidad de ventas, en el pre test con una media de 0.50 y para el post test se tiene una media de 0.18, demostrando que con la implementación del sistema se obtuvo una disminución de 0.32 en la media lo cual representa un 64% menos en el índice de calidad de ventas para el proceso de ventas. Así tenemos que ambos sistemas ayudaron a disminuir el indicador de índice de calidad de ventas dentro del proceso de ventas y en especial en la implementación del Marketplace se observa que los resultados de las devoluciones en el índice de calidad de ventas se acercan más al cero.

V. CONCLUSIONES

Podemos concluir que el Marketplace para el proceso de ventas de la empresa creaciones peloncito SAC mejoro el proceso de ventas obteniendo resultados óptimos durante el corto tiempo de implementado.

Se concluye que el Marketplace aumento la productividad de ventas en un 28,82% para el proceso de ventas, aumentando la venta de los productos de creaciones peloncito SAC con la obtención de nuevos clientes.

Se concluye que el Marketplace disminuyo el índice de calidad de ventas de creaciones peloncitos SAC en un 0,05 % al tener menos devoluciones de los productos vendidos al acercándonos al cero

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa creaciones peloncitos SAC al haber dado un paso al mundo digital requiere que tanto los dueños como los vendedores estén actualizando los productos que se venden en el Marketplace.

Se recomienda al personal de la empresa creaciones peloncito SAC, encargada de recepcionar las ventas generadas por el Marketplace, de realizar el despacho de los productos lo más pronto posible, para el envío hacia el cliente.

Al ser el Marketplace un sistema multiusuario se recomienda a la empresa creaciones peloncito SAC capacitar a los nuevos vendedores que se registraran en el sistema para vender sus productos.

Se recomienda a la Empresa Creaciones Peloncito SAC tener actualizada el stock de sus productos registrados en el Marketplace para no tener inconvenientes de caducidad de producto.

REFERENCIAS

- ✓ **AMONE, Rosa.** The Omnichannel Marketplace: A look at Modern Consumers. In partial fulfillment of the Master of Science Degree. School of Communication. College of Liberal Arts. Rochester Institute of Technology. New York. USA. 12 august 2017. Pp.54.
- ✓ **ARMSTRONG, Gary, KOTLER, Philip.** 2013. Fundamentos de marketing. México. Pearson Educación. ISBN 978-607-32-1722-4.
- ✓ **AUBRY, Christophe.** HTML5 y CSS3 para sitios con diseño web responsive. 2da Edición. ISBN 9782746088733. ISBN 9782746092907. Pp540.
- ✓ **BARRAGAN, María.** Los Marketplaces: Una fórmula de comercio electrónico muy útil para la internacionalización de las PYMES. Administración y dirección de empresas. Universidad de Sevilla. España. Junio del 2017. Pp.48.
- ✓ **BERLANGA, Vanesa y Rubio, María.** Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS. Revista d'innovació. Recerca en Educació. Artículo metodológico. Vol.5, núm. (2) pp: 101 – 113. 2012. ISSN: 1886-1946.
- ✓ **BORRERO, Lucia.** 2003. Tecnologia de la informació en internet. Editorial Norma. Colombia. ISBN: 958-04-7197-5
- ✓ **CAMISÓN, César; CRUZ, Sonia y GONZALES, Tomás.** 2006. Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Editorial Pearson. 1464 pp. ISBN 10:84-205-4262-8
- ✓ **CHERRY, Denny.** 2015. Securing SQL Server Protecting your Database from Attackers. Watham, MA 02451, USA. Editorial Project Manager Benjamin Rearick. ISBN: 978-0-12-801275-8
- ✓ **CHUCK Tomasi y KREG Steppe.** 2010. Sams teach yourself Wordpress 10. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. 229PP. ISBN-13: 978-0-672-33120-6; ISBN-10: 0-672-33120-9
- ✓ **COLLIS, Taeed y Harley, Alexander.** 2008. How to be a Rockstar Wordpress Designer. Rockable Press
- ✓ **CONDE PÉREZ, Ernesto.** 2012. Factores de éxito en las ventas. Editorial Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilazo. ISBN 978-84-15774-09-9.
- ✓ **CROWDER, David.** 2010. Building a Web Site for DUMMIES. Library of Congress USA. ISBN: 978-0-470-56093-8.

- ✓ **DE LA CRUZ, Daniel, ZUMBADO, Carlos.** 2003. Flash, PHP y MySQL Contenidos dinámicos. Editorial Anaya
- ✓ **FIGUEROA, Eder y SILVA, Raúl.** Plataforma de Comercio Electrónico para optimizar el proceso de ventas de la mediana y pequeña empresa en la Región Lambayeque. Lambayeque. Universidad Pedro Ruiz Gallo. 2016. pp.164
- ✓ **GAUCHAT, Juan Diego.** 2012. El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript. Barcelona 08007. Marcombo S.A. ISBN 978-84-267-1782-5
- ✓ **GERICKE, Álvaro.** Design and implementation of a social Marketplace for a Startup based on a Content Management System. Application of Sentiment and Emotion Analysis for Sensing Customer Feedback. Ingeniería de tecnologías y servicios de telecomunicaciones. Universidad Politécnica de Madrid. Junio del 2017. pp.70.
- ✓ **GESTIOPOLIS.** Técnicas de ventas AIDA. Oscar Javier Zambrano Valdivieso. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/tecnica-de-ventas-aida-atencion-interes-deseo-accion/> [Fecha de consulta: 06 de junio del 2019]
- ✓ **HERNANDEZ, Roberto.** 2003. Metodología de la Investigación. México. Edición 6ta. 2014. ISBN 968-422-931-3, ISBN 978-1-4562-2396-0. Pp634.
- ✓ **INTECO.** Instituto Nacional de Tecnología de la Comunicación. Ingeniería del Software: Metodologías y Ciclos de Vida. Disponible: https://www.academia.edu/9795641/INGENIER%C3%8DA_DEL_SOFTWARE_METODOLOG%C3%8DAS_Y_CICLOS_DE_VIDA Laboratorio Nacional de Calidad del Software. [Fecha de Consulta: 20 de mayo del 2019]
- ✓ **HUANCA, Víctor.** Sistema Web para la gestión de Incidencias en la empresa Corporación Cano EIRL. Lima. Universidad Cesar Vallejo. 2019. 98 pp.
- ✓ **JIMENES DE GUAJARDO, Susana.** 2016. E – Commerce. Guatemala 01016. Editorial Cara Parens. ISBN 978-9929-54-130-6
- ✓ **Marin, Juan y Garcia, Julio.** 2012. Cálculos de indicadores Productivos. España. Universidad Politécnica de Valencia
- ✓ **MELLENDEZ, Rosa.** Modelo de negocio y análisis de requerimiento basado en el proceso unificado. *Ingenium*. Pp.20. 2013.
- ✓ **MENDEZ, Deyanira.** Marketplaces o Mercados Virtuales. Disponible: <https://www.tasatop.com/pe/educacion-financiera/marketplaces-o-mercados-virtuales.html>. [Fecha de Consulta: 18 de mayo del 2019]

- ✓ **NIÑO , Víctor.** 2011. Metodología de la Investigación Editorial de la U. Bogotá. ISBN: 978-958-8675-94-7.
- ✓ **PALELLA, Santa y MARTINS Feliberto.** 2012. Metodología de la Investigación Cuantitativa. Venezuela. ISBN 980-273-445-4
- ✓ **PEÑA, A.** (2006). Tecnologías de Información: Su alineación al negocio de las Organizaciones. DF, México: Instituto Politécnico Nacional.
- ✓ **PÉREZ, Julián.** Definición de productividad. <https://definicion.de/productividad/>. Fecha de consulta [10 de mayo]
- ✓ **RENGEL, Wilmer y Giler, Marcos.** 2018. Publicar investigación científica Metodología y Desarrollo. Editorial Mar Abierto. Manabi, Ecuador. ISBN: 978-9942-775-16-0.
- ✓ **SALAZAR, Jorge.** Desarrollo e implementación de un web site corporativo y de un Marketplace online para la empresa planeamiento digital SAC. Ingeniería de Sistemas e informática. Universidad Tecnológica del Perú. Junio 2018. Pp.542
- ✓ **SALES LAYER.** Marketplace online, tipos, características y beneficios. Alma Muñoz. Disponible en: <https://blog.saleslayer.com/es/marketplaces-online-tipos-caracteristicas-beneficios>. [Fecha de Consulta: 15 de mayo de 2019]
- ✓ **SÁNCHEZ, Enrique.** Sistema Web para el proceso de ventas en la Empresa Axiom Software SAC. Ingeniero de Sistemas. Lima. Universidad César Vallejo. 2018. Pp.258
- ✓ **STANTON, William; ETZEL, Michael y WALKER, Bruce.** Fundamentos de Marketing. 14° Edición. ISBN-B: 978-970-10-6201-9, ISBN-10: 970-10-6201-9. Pp774
- ✓ **SCRUMstudy.** 2016. Una guía para el Cuerpo de Conocimiento de SCRUM. Phoenix, Arizona 85008 USA. ISBN: 978-0-9899252-0-4.
- ✓ **SOLORZANO, Bibiana.** 2004. Planeación y Desarrollo de Web Site. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle.* México. 75-88 pp.
- ✓ **TAMAYO, Mario.** 2004. El proceso de la investigación Científica. México. Editorial Lmusa. 4ta edición. 2004. ISBN 968-18-5872-7. Pp440.
- ✓ **VALDERRAMA, Santiago.** 2013. Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. Lima. San Marcos. ISBN: 978-612-302-878-7.

- ✓ **VARGAS**, Fabio; Soto, Dario y Giraldo, Camilo. Investigación e Innovaciones en Ingeniería de Software. Volumen 2. Sello Editorial. ISBN 978 – 958 – 59925 – 8 – 0. Pp178.
- ✓ **VARGAS, Jefferson**. Sistema Web para el proceso de venta en la Empresa CALZATEC EIRL. Ingeniero de Sistemas. Lima. Universidad César Vallejo. 2016 – 2017. 232 pp.
- ✓ **YAÑEZ, Robinson**. Sistema Web para el proceso de ventas en la Empresa Rysoft SAC. Ingeniero de Sistemas. Lima. Universidad César Vallejo. 2017. 289 pp.
- ✓ **ZENITH**, 2013, disponible: www.blogginzenith.zenithmedia.es. [Fecha de consulta: 10 de mayo del 2019].
- ✓ *Usa tecnología para mejorar tu servicio al cliente*. [en línea]. México: Grupo de Comunicación Katedra, 2015 [Fecha de consulta: 10 de octubre del 2018]. Disponible en <https://www.merca20.com/usa-tecnologia-para-mejorar-tu-servicio-al-cliente/> ISSN: 2310-2799

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: Marketplace para el Proceso de Ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

[illegible]

ANEXO 2: CUADRO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS - METODOLOGÍA

EXPERTOS	METODOLOGÍA		
	RUP	XP	SCRUM
HUAROTE ZEGARRA RAÚL	26	19	28
GÁLVEZ TAPIA ORLEANS	18	24	30
BERMEJO TERRONES HENRY PAUL	20	20	27
TOTAL	64	63	85

FUENTE: Elaboración Propia

ANEXO 3: INDICADOR: PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

$$PV = \frac{TVD}{VHTD} \times 100$$

Fuente: Sánchez, Enrique. 2018

Donde:

PV: Productividad de ventas

TVD: Total de ventas diarias

VHTD: Ventas por horas trabajadas diarias

ANEXO 4: INDICADOR: ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS

$$ICV = \frac{VD}{VT} \times 100$$

Fuente: Fuente: Yañez, Robinson, 2016

Donde:

ICV = Índice de calidad de ventas

VD = Números de ventas devueltas

VT = Números de ventas totales

ANEXO 5: VALIDEZ DE EXPERTOS PARA PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

Validación de Expertos			
Nº	Nombres y Apellidos	Grado Académico	Puntaje
1	Raul Huarote Zegarra	Magister	92.14
2	Orleans Galvez Tapia	Magister	80.00
3	Henry Paul Bermejo Terrones	Magister	92.29

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 6: VALIDEZ DE EXPERTOS PARA ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS

Validación de Expertos			
Nº	Nombres y Apellidos	Grado Académico	Puntaje
1	Raul Huarote Zegarra	Magister	92.14
2	Orleans Galvez Tapia	Magister	80.00
3	Henry Paul Bermejo Terrones	Magister	93.00

Fuente: Elaboración Propia


ANEXO 7: FICHA DE REGISTRO1 PRETEST- PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO			
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian	Tipo de Prueba	Test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C		
Motivo de la Investigación	Productividad de Ventas		
Fecha de Inicio	1/03/2019	Fecha Final	31/03/2019

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Productividad de Ventas	Unidades	TVRD/VHTPD

ÍTEMS	FECHA	Total de ventas realizadas por día en soles (TVRD)	Vendedor por horas trabajadas por día (VHTPD)	PV
1	1/03/2019	500	8	62,50
2	2/03/2019	450	8	56,25
3	3/03/2019	650	8	81,25
4	4/03/2019	400	8	50,00
5	5/03/2019	250	8	31,25
6	6/03/2019	550	8	68,75
7	7/03/2019	450	8	56,25
8	8/03/2019	400	8	50,00
9	9/03/2019	440	8	55,00
10	10/03/2019	500	8	62,50
11	11/03/2019	550	8	68,75
12	12/03/2019	500	8	62,50
13	13/03/2019	560	8	70,00
14	14/03/2019	550	8	68,75
15	15/03/2019	300	8	37,50
16	16/03/2019	400	8	50,00
17	17/03/2019	240	8	30,00
18	18/03/2019	240	8	30,00
19	19/03/2019	260	8	32,50
20	20/03/2019	320	8	40,00
21	21/03/2019	450	8	56,25
22	22/03/2019	350	8	43,75
23	23/03/2019	250	8	31,25
24	24/03/2019	250	8	31,25
25	25/03/2019	220	8	27,50
26	26/03/2019	200	8	25,00
27	27/03/2019	200	8	25,00
28	28/03/2019	200	8	25,00
29	29/03/2019	220	8	27,50
30	30/03/2019	200	8	25,00
		11050	279	


 Firma
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 8: FICHA DE REGISTRO2 PRETEST - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO			
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian	Tipo de Prueba	Test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C		
Motivo de la Investigación	Productividad de Ventas		
Fecha de Inicio	1/04/2019	Fecha Final	30/04/2019

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Productividad de Ventas	Unidades	TVRD/VHTPD

ÍTEMS	FECHA	Total de ventas realizadas por día en soles (TVRD)	Vendedor por horas trabajadas por día (VHTPD)	PV
1	1/04/2019	400	8	50,00
2	2/04/2019	480	8	60,00
3	3/04/2019	580	8	72,50
4	4/04/2019	410	8	51,25
5	5/04/2019	320	8	40,00
6	6/04/2019	560	8	70,00
7	7/04/2019	400	8	50,00
8	8/04/2019	550	8	68,75
9	9/04/2019	320	8	40,00
10	10/04/2019	420	8	52,50
11	11/04/2019	420	8	52,50
12	12/04/2019	380	8	47,50
13	13/04/2019	450	8	56,25
14	14/04/2019	480	8	60,00
15	15/04/2019	320	8	40,00
16	16/04/2019	250	8	31,25
17	17/04/2019	280	8	35,00
18	18/04/2019	220	8	27,50
19	19/04/2019	280	8	35,00
20	20/04/2019	320	8	40,00
21	21/04/2019	380	8	47,50
22	22/04/2019	400	8	50,00
23	23/04/2019	220	8	27,50
24	24/04/2019	240	8	30,00
25	25/04/2019	250	8	31,25
26	26/04/2019	200	8	25,00
27	27/04/2019	240	8	30,00
28	28/04/2019	240	8	30,00
29	29/04/2019	300	8	37,50
30	30/04/2019	250	8	31,25
		10560	240	44,00


 Firma
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 9: FICHA DE REGISTRO 3 PRETEST - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO				
Investigadores	Flores Araujo, Karina		Tipo de Prueba	Test
	Valdez Espinoza, Christian			
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C			
Motivo de la Investigación	Productividad de Ventas			
Fecha de Inicio	1/05/2019		Fecha Final	31/05/2019

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Productividad de Ventas	Unidades	TVRD/VHTPD

ÍTEMS	FECHA	Total de ventas realizadas por día en soles (TVRD)	Vendedor por horas trabajadas por día (VHTPD)	PV
1	1/05/2019	360	8	45,00
2	2/05/2019	400	8	50,00
3	3/05/2019	600	8	75,00
4	4/05/2019	350	8	43,75
5	5/05/2019	300	8	37,50
6	6/05/2019	450	8	56,25
7	7/05/2019	400	8	50,00
8	8/05/2019	450	8	56,25
9	9/05/2019	320	8	40,00
10	10/05/2019	360	8	45,00
11	11/05/2019	400	8	50,00
12	12/05/2019	420	8	52,50
13	13/05/2019	500	8	62,50
14	14/05/2019	500	8	62,50
15	15/05/2019	280	8	35,00
16	16/05/2019	320	8	40,00
17	17/05/2019	330	8	41,25
18	18/05/2019	260	8	32,50
19	19/05/2019	340	8	42,50
20	20/05/2019	300	8	37,50
21	21/05/2019	300	8	37,50
22	22/05/2019	400	8	50,00
23	23/05/2019	320	8	40,00
24	24/05/2019	300	8	37,50
25	25/05/2019	220	8	27,50
26	26/05/2019	240	8	30,00
27	27/05/2019	220	8	27,50
28	28/05/2019	200	8	25,00
29	29/05/2019	240	8	30,00
30	30/05/2019	200	8	25,00
		10280	240	42,83


 Firma
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 10: FICHA DE REGISTRO1 PRETEST - ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS


FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - ÍNDICE CALIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO				
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian		Tipo de Prueba	Test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C			
Motivo de la Investigación	Índice de calidad de ventas			
Fecha de Inicio	01/11/2018		Fecha Final	28/11/2018

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Índice de Calidad de Ventas	Unidades	VD/VT

DEVOLUCIONES - MES DE NOVIEMBRE - 2018				
ÍTEMS	FECHA	Número de Ventas devueltas (VD)	Número de Ventas Totales (VT)	CV
1	1/11/2018 - 07/11/2018	5	845	0,005917
2	08/11/2018 - 14/11/2018	8	1511	0,005295
3	15/11/2018 - 21/11/2018	5	1164	0,004296
4	22/11/2018 - 28/11/2018	9	1370	0,006569
TOTAL		27	4890	

Fuente: Arias G. (2016)


 FIRMA
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

Anexo 11: FICHA REGISTRO 2 Pretest: ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTA

FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - ÍNDICE CALIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO			
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian	Tipo de Prueba	Test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C		
Motivo de la Investigación	Índice de calidad de ventas		
Fecha de Inicio	01/12/2018	Fecha Final	28/12/2018

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Índice de Calidad de Ventas	Unidades	VD/VT

DEVOLUCIONES - MES DE DICIEMBRE - 2018				
ÍTEMS	FECHA	Número de Ventas devueltas (VD)	Número de Ventas Totales (VT)	CV
1	1/12/2018 - 07/12/2018	10	1076	0,009294
2	08/12/2018 - 14/12/2018	12	1281	0,009368
3	15/12/2018 - 21/12/2018	11	1304	0,008436
4	22/12/2018 - 28/12/2018	13	1369	0,009496
TOTAL		46	5030	

Fuente: Arias G. (2016)


FIRMA

Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 12: FICHA DE REGISTRO 3 PRETEST - ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS


FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - ÍNDICE CALIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO				
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian		Tipo de Prueba	Pre-Test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C			
Motivo de la Investigación	Índice de calidad de ventas			
Fecha de Inicio	1/01/2019		Fecha Final	28/01/2019

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Índice de Calidad de Ventas	Unidades	VD/VT

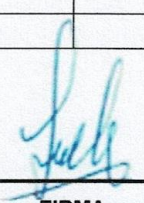
DEVOLUCIONES - MES DE ENERO - 2019				
ÍTEMS	FECHA	Número de Ventas devueltas (VD)	Número de Ventas Totales (VT)	CV
1	1/01/2019 - 07/01/2019	12	127	0,0944881889
2	08/01/2019 - 14/01/2019	22	347	0,0634005763
3	15/01/2019 - 21/01/2019	18	285	0,0631578947
4	22/01/2019 - 28/01/2019	31	314	0,0987261146
TOTAL		83	1073	

Fuente: Arias G. (2016)


FIRMA
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 13: FICHA DE REGISTRO POSTEST – PRODUCTIVIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - PRODUCTIVIDAD DE VENTAS				
FICHA DE REGISTRO				
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian	Tipo de Prueba	Post-Test	
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C			
Motivo de la Investigación	Productividad de Ventas			
Fecha de Inicio	15/10/2019	Fecha Final	13/11/2019	
VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA	
Proceso de ventas	Productividad de Ventas	Unidades	TVD/HTAV	
ÍTEMS	FECHA	Total de ventas realizadas por día en soles (TVRD)	Vendedor por horas trabajadas por día (VHTPD)	PV
1	15/10/2019	62	8	7,75
2	16/10/2019	212	8	26,50
3	17/10/2019	622	8	77,75
4	18/10/2019	289	8	36,13
5	19/10/2019	1112	8	139,00
6	20/10/2019	379	8	47,37
7	21/10/2019	432	8	54,00
8	22/10/2019	852	8	106,50
9	23/10/2019	806	8	100,75
10	24/10/2019	414	8	51,75
11	25/10/2019	522	8	65,25
12	26/10/2019	711	8	88,87
13	27/10/2019	228	8	28,50
14	28/10/2019	371	8	46,37
15	29/10/2019	824	8	103,00
16	30/10/2019	588	8	73,50
17	31/10/2019	117	8	14,62
18	1/11/2019	480	8	60,00
19	2/11/2019	717	8	89,62
20	3/11/2019	176	8	22,00
21	4/11/2019	291	8	36,37
22	5/11/2019	674	8	84,25
23	6/11/2019	552	8	69,00
24	7/11/2019	854	8	106,75
25	8/11/2019	512	8	64,00
26	9/11/2019	1226	8	153,25
27	10/11/2019	924	8	115,50
28	11/11/2019	336	8	42,00
29	12/11/2019	894	8	111,75
30	13/11/2019	1020	8	127,50
	TOTAL	17197	240	71,65


FIRMA
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 14: FICHA DE REGISTRO POSTEST - ÍNDICE DE CALIDAD DE VENTAS


FICHA DE REGISTRO: INDICADOR - ÍNDICE CALIDAD DE VENTAS

FICHA DE REGISTRO			
Investigadores	Flores Araujo, Karina Valdez Espinoza, Christian	Tipo de Prueba	Post-test
Empresa Investigada	Creaciones Peloncito S.A.C		
Motivo de la Investigación	Índice de calidad de ventas		
Fecha de Inicio	15/10/2018	Fecha Final	11/11/2018

VARIABLE	INDICADOR	MEDIDA	FÓRMULA
Proceso de ventas	Índice de Calidad de Ventas	Unidades	VD/VT

DEVOLUCIONES - MES DE OCTUBRE Y NOVIEMBRE - 2019				
ÍTEMS	FECHA	Número de Ventas devueltas (VD)	Número de Ventas Totales (VT)	CV
1	15/10/2019 - 21/11/2018	1	175	0,0057
2	22/10/2018 - 28/10/2018	1	180	0,0056
3	29/10/2018 - 04/11/2018	2	255	0,0078
4	05/11/2018 - 11/11/2018	2	202	0,010
TOTAL		6	812	

Fuente: Arias G. (2016)


FIRMA
 Sr. Leoncio Mendoza
 Gerente General

ANEXO 15: EVALUACIÓN DE EXPERTOS1 – INDICADOR 1

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Bermejo Terrones Henry Raúl

1.2. Título y/o Grado:
 PhD () DOCTOR... () Magister ... (X) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

1.3. Cargo e Institución donde labora
 Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.

1.4. Fecha: 16/07/2019

1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

1.6. Indicador:

Productividad de ventas
 $PV = (TVRD/VHTPD) \times 100$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los pitemos indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

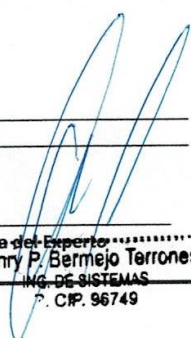
ÍTEM	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% - 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?					92%
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?					90%
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?					93%
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?					92%
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?					92%
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?					93%
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?					94%
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellige para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI (X) NO ()

SUGERENCIAS:


 Firma del Experto
 Henry P. Bermejo Terrones
 ING. DE SISTEMAS
 C. C.P. 96749

ANEXO 16: EVALUACIÓN DE EXPERTOS2 – INDICADOR 1

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

- 1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Huante Zegarra Raúl.
- 1.2. Título y/o Grado:
 PhD () DOCTOR... () Magister ... (☒) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()
- 1.3. Cargo e Institución donde labora
 Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.
- 1.4. Fecha: 12/07/19.
- 1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C
- 1.6. Indicador:
Productividad de ventas
 $PV = (TVRD/VHTPD) \times 100$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

ÍTEMS	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?					85
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?					90
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?					95
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?					95
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?					95
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?					90
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?					95
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellige para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI (☒) NO ()

SUGERENCIAS:


 Firma del Experto

ANEXO 17: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 3 – INDICADOR 1

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Gálvez Tapia Orleans

1.2. Título y/o Grado:

PhD () DOCTOR... () Magister ... (☒) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

1.3. Cargo e Institución donde labora

Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.

1.4. Fecha: 16/07/2019

1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

1.6. Indicador:

Productividad de ventas

$PV = (TVRD/VHTPD) \times 100$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

ÍTEM	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% - 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?				80%	
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?				80%	
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?				80%	
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?				80%	
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?				80%	
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?				80%	
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?				80%	
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellige para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI (☒) NO ()

SUGERENCIAS:

Beuf

Firma del Experto

ANEXO 18: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 1 - INDICADOR 2

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

1.1. Apellidos y Nombres del Experto:

Bermejo Terrones Henry Raúl

1.2. Título y/o Grado:

PhD () DOCTOR... () Magister ... (X) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

1.3. Cargo e Institución donde labora

Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.

1.4. Fecha: *16/07/2019*

1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

1.6. Indicador:

Índice de Calidad de Ventas

$$IV = (VD/VT) \times 100$$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

ÍTEM	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?					92%
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?					93%
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?					94%
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?					92%
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?					92%
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?					93%
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?					95%
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellige para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI (X) NO ()

SUGERENCIAS:

Firma del Experto

Henry P. Bermejo Terrones
ING. DE SISTEMAS
CIP. 96749

ANEXO 19: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 2 - INDICADOR 2

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Huante Zegana Ruiz

1.2. Título y/o Grado:

PhD () DOCTOR... () Magister ... ☒ Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

1.3. Cargo e Institución donde labora

Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.

1.4. Fecha: 27/07/19

1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

1.6. Indicador:

Índice de Calidad de Ventas

$$IV = (VD/VT) \times 100$$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

ÍTEM	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% - 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?					85
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?					90
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?					95
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?					95
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?					90
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?					95
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?					95
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellenge para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI ☒ NO ()

SUGERENCIAS:


Firma del Experto

ANEXO 20: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 3 - INDICADOR 2

TABLA DE EVALUACIÓN EXPERTOS

1.1. Apellidos y Nombres del Experto: Gálvez Tapia Orleans

1.2. Título y/o Grado:

PhD () DOCTOR... () Magister ... (☒) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

1.3. Cargo e Institución donde labora

Universidad César Vallejo, Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas.

1.4. Fecha: 16/07/2019

1.5. Título de investigación:

Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C

1.6. Indicador:

Índice de Calidad de Ventas

$$IV = (VD/VT) \times 100$$

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar el instrumento que se empleará mediante una serie de preguntas marcando un valor porcentual. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los pitemis indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia del instrumento.

ÍTEMS	PREGUNTAS	Deficiente 0 20%	Regular 21% - 50%	Bueno 51% - 70%	Muy Bueno 71% - 80%	Excelente 81% - 100%
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?				80%	
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?				80%	
3	¿El instrumento de recolección de datos tienen relación con las variables de investigación?				80%	
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?				80%	
5	¿El instrumento analiza los datos de la organización?				80%	
6	¿El instrumento de medición explica en forma precisa y clara el grado de cumplimiento de la meta o resultado?				80%	
7	¿El resultado del instrumento es entendible para ser correctamente analizado?				80%	
TOTAL						

Fuente: Vargas Pinto: Tesis Business Intellenge para el pronóstico de ventas en la empresa Zona Cel S.A.C, 2018

PROMEDIO TOTAL:

EL INSTRUMENTO PUEDE SER APLICADO: SI (☒) NO ()

SUGERENCIAS:

Puif
Firma del Experto

ANEXO 21: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 1 - METODOLOGÍA

EVALUACIÓN DE EXPERTOS - METODOLOGÍA DE DESARROLLO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Bermejo Terrones Henry Raúl

TÍTULO Y/O GRADO:

DOCTOR... () Magister ... (X) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

Universidad que labora: Universidad César Vallejo - Sede Lima Norte

Fecha: 16 de Julio del 2019

TÍTULO:

MARKETPLACE PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA CREACIONES PELONCITO S.A.C

Autores: Flores Araujo Karina Vanessa
Valdez Espinoza Christian José

Evaluación de Metodología de Desarrollo de Software - Sistema Web

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas con puntuaciones específicas al final de la tabla. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

ÍTEM	CRITERIOS	METODOLOGÍA			
		RUP	XP	SCRUM	OBSERVACIONES
1	Califique Ud. Como gestiona el trabajo en grupo las siguientes metodologías.	4	3	5	
2	Califique Ud. Como manejan la gestión de prioridades las siguientes metodologías.	3	3	4	
3	Califique Ud. Como manejan la orientación a la calidad las siguientes metodologías.	3	4	4	
4	Califique Ud. Como manejan el enfoque a usuarios las siguientes metodologías.	4	3	5	
5	Califique Ud. Como manejan la documentación formal las siguientes metodologías.	3	3	4	
6	Califique Ud. Como utilizan los estándares de codificación las siguientes metodologías.	3	4	5	
TOTAL		20	20	27	

FUENTE: Sánchez, Enrique; tesis Sistema Web para el proceso de ventas en la empresa Axiom Software S.A.C, 2018. UCV

Evaluar con la siguiente puntuación:

1.- Muy Malo 2.- Malo 3.- Regular 4. Bueno 5. Muy bueno

Sugerencias

Firma del Experto

Henry P. Bermejo Terrones
ING. DE SISTEMAS
R. C.P. 96749

ANEXO 22: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 2 - METODOLOGÍA

EVALUACIÓN DE EXPERTOS - METODOLOGÍA DE DESARROLLO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Huavate Zegarra Raúl

TÍTULO Y/O GRADO:

DOCTOR... () Magister ... (☒) Ingeniero... () Licenciado... () Otros... ()

Universidad que labora: Universidad César Vallejo - Sede Lima Norte

Fecha: 12/07/19

TÍTULO:

MARKETPLACE PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA CREACIONES PELONCITO S.A.C

Autores: Flores Araujo Karina Vanessa
Valdez Espinoza Christian José

Evaluación de Metodología de Desarrollo de Software - Sistema Web

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas con puntuaciones específicas al final de la tabla. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

		METODOLOGÍA			
ÍTEM	CRITERIOS	RUP	XP	SCRUM	OBSERVACIONES
1	Califique Ud. Como gestiona el trabajo en grupo las siguientes metodologías.	5	3	5	
2	Califique Ud. Como manejan la gestión de prioridades las siguientes metodologías.	4	4	4	
3	Califique Ud. Como manejan la orientación a la calidad las siguientes metodologías.	4	3	5	
4	Califique Ud. Como manejan el enfoque a usuarios las siguientes metodologías.	4	3	5	
5	Califique Ud. Como manejan la documentación formal las siguientes metodologías.	5	3	5	
6	Califique Ud. Como utilizan los estándares de codificación las siguientes metodologías.	4	3	4	
TOTAL					

FUENTE: Sánchez, Enrique; tesis Sistema Web para el proceso de ventas en la empresa Axiom Software S.A.C, 2018. UCV

Evaluar con la siguiente puntuación:

1.- Muy Malo 2.- Malo 3.- Regular 4. Bueno 5. Muy bueno

Sugerencias

Firma del Experto

ANEXO 23: EVALUACIÓN DE EXPERTOS 3 - METODOLOGÍA

EVALUACIÓN DE EXPERTOS - METODOLOGÍA DE DESARROLLO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Gálvez Tapia Orleans
TÍTULO Y/O GRADO: Magister en Ingeniería de Sistemas
DOCTOR... () **Magister ...** (X) **Ingeniero...** () **Licenciado...** () **Otros...** ()

Universidad que labora: Universidad César Vallejo - Sede Lima Norte

Fecha: 16/07/2019

TÍTULO:

MARKETPLACE PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA CREACIONES PELONCITO S.A.C

Autores: Flores Araujo Karina Vanessa
 Valdez Espinoza Christian José

Evaluación de Metodología de Desarrollo de Software - Sistema Web

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas con puntuaciones específicas al final de la tabla. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

ÍTEM	CRITERIOS	METODOLOGÍA			
		RUP	XP	SCRUM	OBSERVACIONES
1	Califique Ud. Como gestiona el trabajo en grupo las siguientes metodologías.	3	4	5	
2	Califique Ud. Como manejan la gestión de prioridades las siguientes metodologías.	3	4	5	
3	Califique Ud. Como manejan la orientación a la calidad las siguientes metodologías.	3	4	5	
4	Califique Ud. Como manejan el enfoque a usuarios las siguientes metodologías.	3	4	5	
5	Califique Ud. Como manejan la documentación formal las siguientes metodologías.	3	4	5	
6	Califique Ud. Como utilizan los estándares de codificación las siguientes metodologías.	3	4	5	
TOTAL					

FUENTE: Sánchez, Enrique; tesis Sistema Web para el proceso de ventas en la empresa Axiom Software S.A.C, 2018. UCV

Evaluar con la siguiente puntuación:

1.- Muy Malo 2.- Malo 3.- Regular 4. Bueno 5. Muy bueno

Sugerencias


 Firma del Experto

ANEXO 24: CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General
Creaciones Peloncito S.A.C.


Lima, 6 de mayo del 2019

CONSTANCIA

HACE CONSTAR:

Que los alumnos KARINA VANESSA FLORES ARAUJO con DNI 40300474 y CHRISTIAN JOSÉ VALDEZ ESPINOZA con DNI 40595059, estudiantes de la escuela de ingeniería de Sistema de la Universidad César Vallejo, actualmente se encuentran realizando de forma satisfactoria su proyecto de investigación en nuestras instalaciones.

Se expide el presente documento a solicitud del interesado para los fines que crea conveniente.



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 25: Desarrollo de la metodología

A continuación, se muestra la implementación de la metodología de trabajo Scrum para el desarrollo del software

Marketplace para el proceso de ventas de la empresa de creaciones Peloncito SAC

1. Introducción

Este documento describe la implementación de la metodología ágil de trabajo Scrum, para el desarrollo del proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la empresa creaciones Peloncito SAC.”

Incluye junto con la descripción de este ciclo de vida iterativo e incremental para el proyecto, los productos o documentos con los que se gestionan las tareas de adquisición y suministro, así como las responsabilidades y compromisos de los participantes en el proyecto.

1.1. Propósito

Facilitar la información de referencia necesaria a las personas implicadas en el desarrollo del “Marketplace para el proceso de ventas de la empresa creaciones Peloncito SAC.”.

1.2. Alcance

Personas y procedimientos implicados en el desarrollo del Marketplace para el proceso de ventas de la empresa creaciones Peloncito SAC.”.

2. Descripción general de la metodología

2.1. Fundamentación

Las principales razones del uso de un ciclo de desarrollo iterativo e incremental de tipo Scrum para la ejecución de este proyecto son:

- Sistema modular, las características del Marketplace permiten desarrollar una base funcional mínima y sobre ella ir incrementando las funcionalidades o modificando el comportamiento o apariencia de las ya implementadas.
- Entregas frecuentes y continuas al cliente de los módulos terminados, de forma que puede disponer de una funcionalidad básica en un tiempo mínimo y a partir de ahí un incremento y mejora continua del sistema.
- Previsible inestabilidad de requisitos.
 - Es posible que el sistema incorpore más funcionalidades de las inicialmente identificadas.

- Es posible que durante la ejecución del proyecto se altere el orden en el que se desean recibir los módulos o historias de usuario terminadas.
- Para el cliente resulta difícil precisar cuál será la dimensión completa del sistema, y su crecimiento puede continuarse en el tiempo suspenderse o detenerse.

2.2. Valores de trabajo

Los valores que deben ser practicados por todos los miembros involucrados en el desarrollo y que hacen posible que la metodología Scrum tenga éxito son:

- Autonomía del equipo
- Respeto en el equipo
- Responsabilidad y auto-disciplina
- Foco en la tarea
- Información transparencia y visibilidad.

3. Personas y roles del proyecto

3.1. Roles

ROL	NOMBRE
Scrum Manager	Valdez Espinoza Christian José
Team Member	Flores Araujo Karina Vanessa
Product Owner	

COMPROMETIDOS	IMPLICADOS
Scrum Manager	Equipo de desarrollo
Team	
Product Owner	Representantes de Creaciones Peloncito SAC

3.2. Responsabilidades del equipo de desarrollo

- **Product Owner**
 - Establecer el orden en el que desea/quiere recibir terminada cada historia de usuario.
 - Incorporación / eliminación /modificaciones de las historias o de su orden de prioridad.
 - Mantener la disponibilidad del Product Backlog actualizado, enviar las modificaciones al Scrum Manager para su posterior modificación

- **Scrum Manager**

- Supervisión de la pila de producto, y comunicación con Product Owner para pedirle aclaración de las dudas que pueda tener, o asesorarle para la subsanación de las deficiencias que observe.
- Registró en la lista de pila del producto de las historias de usuario que definen el sistema.
- Mantenimiento actualizado de la pila del producto en todo momento durante la ejecución del proyecto.
- Colaborar con los miembros del equipo en el desarrollo de los módulos.

- **Team Member**

- Conocimiento y comprensión actualizada de la pila del producto.
- Resolución de dudas o comunicación de sugerencias con el Scrum Manager.
- Desarrollar el sistema web para el proceso de control de producción.
- Informar cada iteración nueva que se haga.
- Notificar sobre pendientes que se tenga.
- Cumplir con las fechas de las presentaciones.

4. Planeación del producto.

En la tabla siguiente se muestra la organización interna del desarrollo e implementación del sistema.

Tarea	Prioridad	Estado	Responsable
Inicialización del Proyecto	Alta	Terminado	Equipo de Trabajo
Gestión del Proyecto	Alta	Terminado	
Formalización del Grupo de Proyecto	Alta	Terminado	
Análisis del Proyecto	Alta	Terminado	
Requisitos del Proyecto	Alta	Terminado	
Contacto con la empresa	Alta	Terminado	
Visita y entrevista a la empresa	Alta	Terminado	
Análisis de la entrevista hecha a la empresa	Alta	Terminado	
Desarrollo del acta de la constitución	Alta	Terminado	
Especificaciones de las necesidades y cambios para el desarrollo del proyecto	Alta	Terminado	
Elección de la metodología (metodología SCRUM)	Alta	Terminado	
Análisis del sitio web actual y servidor web	Alta	Terminado	
Modelado de la base de datos	Alta	Terminado	
Programación del sistema	Alta	Terminado	
Implementación del sistema	Alta	Terminado	

ANEXO 256: ACTA DE CONSTITUCIÓN

Nombre del Proyecto	Código del Proyecto	Prioridad
Marketplace para el Proceso de Ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC		ALTA
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO		
La Empresa Creaciones Peloncito SAC es una empresa dedicada a la producción y venta de ropa de niños y niñas para el público en general, su proceso principal es el proceso de ventas, ya esto es fundamental para la empresa y sobre la mejora de su productividad y mejorar su índice de calidad de ventas. Actualmente este proceso ha presentado algunos inconvenientes por lo que ha ido afectando el desempeño eficiente de la empresa.		
OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	
Determinar la influencia del Marketplace en la mejora del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C	Determinar la influencia del Marketplace en el incremento de la productividad en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito S.A.C	
	Determinar la influencia del Marketplace en la mejora del índice de calidad de ventas del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.	
ALCANCE DEL PROYECTO		
Se desarrollará un Marketplace en el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito SAC, el sistema debe ser usado por diferentes usuarios asignados a un perfil, y cada perfil tendrá acceso a una determinado parte del sistema.		
PRINCIPALES STAKEHOLDERS		
Gerente General de la Empresa Creaciones Peloncito SAC		
LIMITACIONES		
Las limitaciones que se presentaron fue el tiempo		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO		
PRINCIPALES ENTREGABLES	CONTENIDO DE LOS PRINCIPALES ENTREGABLES	
1. Acta de Constitución	El acta de constitución contiene nombre del proyecto, código, antecedentes, justificación, alcance, descripción del producto, entregables, supuestos, restricciones, etapas, duración, costo estimado, equipo de proyecto y anexos.	
2. Documento Visión del Proyecto.	Este documento visión son entregables definidos.	

3. Plan de Gestión del Proyecto	Este plan incluye todos los planes subsidiarios.
4. Plan de desarrollo.	Especifica los recursos que se van a utilizar para el desarrollo del proyecto.
5. Acta de reunión de planificación de sprint.	Actas que incluyen la firma del dueño del producto por cada sprint en cola.
6. Acta de entrega de sprint.	Actas que incluyen la firma del dueño del producto por cada sprint finalizado y entregado.
7. Acta de implementación del Proyecto.	Documento que indica si el proyecto ha sido culminado con éxito incluyendo la aceptación y la firma del dueño del producto.
SUPUESTO DEL PROYECTO	
* El desarrollo del Proyecto será ejecutado con recursos propios del equipo de trabajo.	
* Se realizarán reuniones diarias con el equipo del proyecto.	
* La empresa apoyará en todo respecto a brindar la información necesaria para continuar con la correcta gestión del proyecto.	
RESTRICCIÓN DEL PROYECTO	
No hay restricciones	
DURACIÓN ESTIMADA DEL PROYECTO	
El Proyecto tendrá una duración de 3 meses, máximo quincenal se presentará un sprint	

ANEXO 27: DECLARACIÓN DE VISIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO

Marketplace para el Proceso de Ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC

ACERCA DEL NEGOCIO

La empresa Creaciones Peloncito SAC, está ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho - Provincia de Lima, es una pequeña empresa (MiPyme) dedicada a la elaboración de ropa de niños y niñas para el público en general.

NECESIDAD DEL PROYECTO

En la Empresa Creaciones Peloncito SAC, se presentan diferentes problemas, el principal es el proceso de ventas, debido a que no hay un orden en su proceso al realizar sus ventas, todos los registros son manualmente y rudimentarios sin un patrón establecido en las actividades.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Determinar la influencia del Marketplace en la mejora del proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito S.A.C.

ZONA DE APLICACIÓN

El proyecto se aplicará en la empresa Creaciones Peloncito SAC y lo usarán las personas involucradas en el proceso de ventas.

DECLARACIÓN DE LA VISIÓN DEL PROYECTO

Implementar un Marketplace para optimizar el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC

ANEXO 268: PLAN DE COLABORACIÓN

NOMBRE DEL PROYECTO	
Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC	
PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO	
Scrum Master	
Team Member	
Product Owner	
HERRAMIENTAS QUE SE UTILIZARÁN EN EL PROYECTO	
* Gmail	
* Google Drive	
* Actas de reunión	

DESARROLLO DE ÉPICAS

NOMBRE DEL PROYECTO
Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC
DESARROLLO DE LAS ÉPICAS
<ul style="list-style-type: none">* Registro de Clientes* Registro de productos* Actualización de Stock* Registro de productos de la empresa* Registro de órdenes de la empresa.* Registro de devoluciones del producto.* Dar inicio a una orden de servicio.* Anulación de órdenes de servicio.* Registro de avance de las órdenes realizadas.* Registro de la calidad del producto.* Mostrar reportes.

ANEXO 29: HISTORIA DE USUARIOS

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU01
NOMBRE	INTRODUCIR VENTAS REALIZADAS
PRIORIDAD	MEDIA
RIESGO	BAJO
DESCRIPCIÓN	COMO GESTOR DE VENTAS QUIERO INTRODUCIR LAS OPERACIONES DE VENTA DE PRODUCTOS REALIZADAS EN EL SISTEMA.
VALIDACIÓN	<p>Quiero que la operación quede registrada a nombre de un empleado</p> <p>Quiero que la operación se diferencie por centro y cliente.</p> <p>Quiero que cada venta de un tipo de producto se haga por separado.</p> <p>Quiero que en la venta se almacene el precio de cada producto en ese momento.</p>

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU02
NOMBRE	Introducir ventas realizadas
PRIORIDAD	Media
RIESGO	Bajo
DESCRIPCIÓN	Como gestor de ventas quiero introducir las operaciones de compra de productos realizadas en el sistema.
VALIDACIÓN	<p>Quiero que la compra se guarde en el sistema.</p> <p>Quiero que la compra guarde una relación de proveedor, empleado que la realiza, el centro de destino y el precio pagado por la compra.</p>

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU03
NOMBRE	Registrar y administrar productos.
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Alto
DESCRIPCIÓN	Como gestor de compras quiero registrar los productos nuevos en el sistema
VALIDACIÓN	Quiero poner introducir nuevos productos en el sistema.
	Los productos deben agruparse por el tipo de prenda.
	Cada producto tiene asociado un precio de venta.
	Los datos almacenados se pueden modificar posteriormente.

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU04
NOMBRE	Registrar y administrar proveedores.
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Alto
DESCRIPCIÓN	Como gestor de compras quiero registrar nuevos proveedores en el sistema
VALIDACIÓN	Quiero poner introducir nuevos proveedores en el sistema.
	Cada proveedor debe tener relacionado un nombre, un código, un email y una cuenta bancaria.
	Puede haber almacenados dos proveedores con el mismo código.
	Los datos almacenados se pueden modificar posteriormente.

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU05
NOMBRE	Registrar y administrar centros.
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Alto
DESCRIPCIÓN	Como gestor de almacenes quiero disponer de diferentes centros como destino y/o origen de los productos.
VALIDACIÓN	Quiero poner introducir nuevos centros en el sistema.
	Cada centro debe tener relacionado un nombre, un teléfono, un email y una dirección física.
	Los datos almacenados se pueden modificar posteriormente.

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU06
NOMBRE	Control de productos en stock
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Medio
DESCRIPCIÓN	Como gestor de almacenes quiero tener el control de los stock de los artículos que hay en los centros.
VALIDACIÓN	Quiero incluir nuevos productos a un centro.
	Quiero aumentar o reducir la cantidad almacenada.
	Quiero poder tener el mismo producto en varios centros.

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU07
NOMBRE	Apariencia de la aplicación
PRIORIDAD	Baja
RIESGO	Bajo
DESCRIPCIÓN	Como usuario quiero que la aplicación tenga un aspecto simple y sencillo de manejar.
VALIDACIÓN	Quiero que las ventanas sean reducidas y contengan sólo la información imprescindible.
	Quiero que para entrar en algún modo se abra una ventana específica.
	Quiero unas funciones básicas (comprar y vender) de fácil acceso.

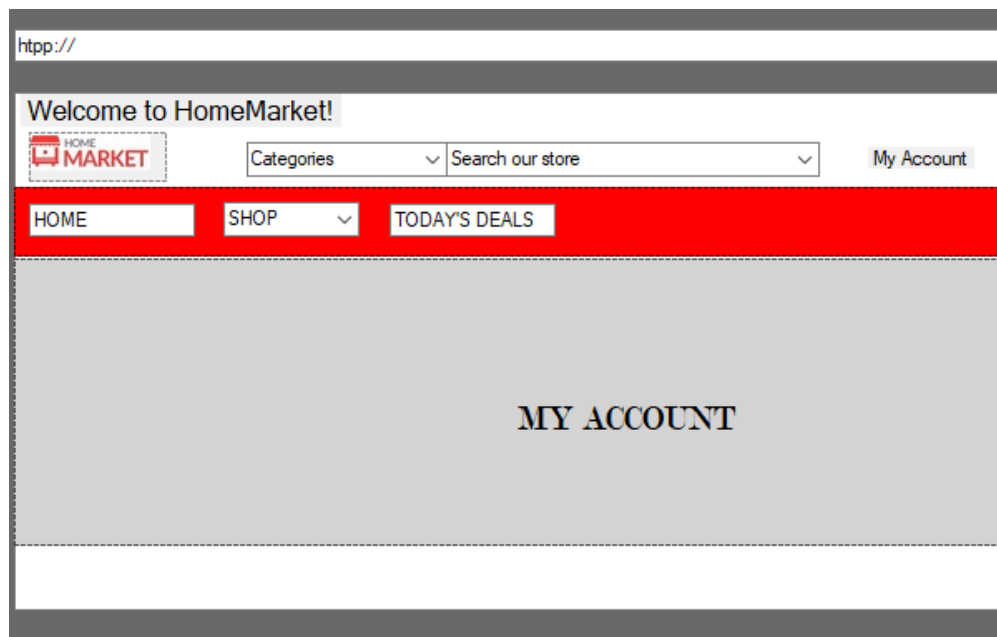
HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU08
NOMBRE	Funcionamiento de Windows
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Alto
DESCRIPCIÓN	Como usuario quiero que el sistema funciones en el sistema operativo Windows 10
VALIDACIÓN	Quiero que la aplicación funcione en Windows 10
	Diseño de la arquitectura de la aplicación.

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU09
NOMBRE	Importación y exportación desde excel
PRIORIDAD	Baja
RIESGO	Bajo
DESCRIPCIÓN	Como usuario quiero introducir y extraer datos en formato excel.
VALIDACIÓN	Quiero importar datos desde un fichero .xls.
	Quiero exportar datos a un fichero .xls

HISTORIA DE USUARIO	
ID	HU10
NOMBRE	Base de datos
PRIORIDAD	Alta
RIESGO	Alto
DESCRIPCIÓN	Como desarrollador quiero que los datos introducidos sean persistentes.
VALIDACIÓN	Quiero el uso de una base de datos.
	Quiero que a la base de datos se le puedan introducir nuevos datos.
	Quiero que los datos de la base de datos se pueden modificar.
	Quiero que los datos de la base de datos se pueden eliminar.

PROTOTIPOS DEL SISTEMA

PRINCIPAL



Descripción: En la imagen se muestra la página principal de la plataforma; desde aquí cualquier usuario podrá ingresar a ver los diferentes productos; además cuenta con un buscador de productos, seccion de categorías y el registro de usuarios y el banner para la publicidad.

REGISTRO DE USUARIOS

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://'. The application has a blue header bar with 'Empresa' on the left and 'DATOS DEL USUARIO Personal' on the right. A sidebar on the left contains a menu with 'Gestión' (expanded) showing 'Usuarios' and 'Clientes', 'Almacen', 'Compras', 'Ventas', and 'Reportes' (with sub-items 'Reporte 1', 'Reporte 2', and 'Reporte 3'). The main content area is titled 'Sistema de Ventas' and 'Bienvenido'. Below this is the 'Registrar Usuarios' form. The form includes fields for 'Tipo Documento' (dropdown), 'N° Documento', 'Fecha de Nacimiento' (calendar icon), 'Apellido Paterno', 'Apellido Materno', 'Nombres', 'Correo', 'Dirección', 'Teléfono y/o Celular', 'Tipo de Perfil' (dropdown), 'Fotopng', 'Usuario', and 'Password'. There are 'Guardar' and 'Cancelar' buttons at the bottom.

Descripción: En el registro de usuarios se puede escoger entre comprador; dentro del registro se muestra que deben ingresar su DNI, nombre, apellidos, correo, celular, luego su contraseña.

REGISTRAR PROVEEDOR

The screenshot shows the same web browser window as the previous one, but the main content area is titled 'Registrar Clientes'. The form includes fields for 'Razón Social', 'RUC', 'Dirección', 'Teléfono', and 'Correo'. There are 'Guardar' and 'Cancelar' buttons at the bottom.

Descripción: En el registro de proveedores ingresan su RUC, correo, teléfono, el tipo de producto que venden.

REGISTRAR CATEGORÍAS

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://'. The application interface has a blue header bar with 'Empresa' on the left and 'DATOS DEL USUARIO Personal' on the right. A dark green sidebar on the left contains a menu with options: Gestión (sub-menu: Usuarios, Clientes), Almacen (sub-menu: Productos, **Categorías**), Compras, Ventas, and Reportes (sub-menu: Reporte 1, Reporte 2, Reporte 3). The main content area is titled 'Sistema de Ventas' and 'Bienvenido'. Below this is the 'Registrar Categoría' form, which includes a text input field labeled 'Nombre Categoría'. At the bottom of the form are two blue buttons: 'Guardar' and 'Cancelar'.

Descripción: Al registrar las categorías un proveedor identifica por ejemplo si es venta de ropa, tecnología, etc.

REGISTRAR PRODUCTO

The screenshot shows the same web browser window as the previous one, but with the 'Registrar Producto' form displayed. The sidebar menu is identical, but 'Productos' is now selected under 'Almacen'. The main content area is titled 'Sistema de Ventas' and 'Bienvenido'. The 'Registrar Producto' form contains several input fields: 'Codigo', 'Nombre', 'Precio Costo', 'Descripción', 'Precio Venta', and 'Stock'. There is also a 'Categoría' dropdown menu and a '- Seleccionar -' button. At the bottom of the form are two blue buttons: 'Guardar' and 'Cancelar'.

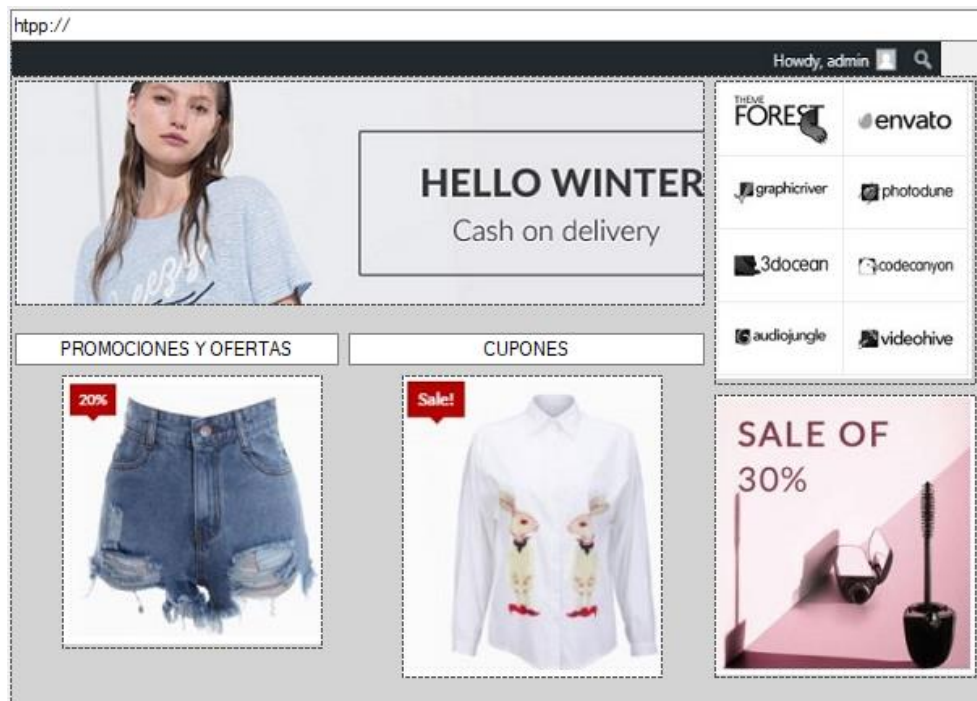
Descripción: Al registrar un producto, el proveedor debe indicar la descripción detalladamente de cada uno, el costo, el precio de venta y si está en stock.

REGISTRAR PROVEEDOR

The screenshot shows a web browser window with a URL bar containing 'http://'. The page has a blue header with 'Empresa' on the left and 'DATOS DEL USUARIO Personal' on the right. A sidebar menu on the left lists various categories: Gestión (Usuarios, Clientes), Almacén, Compras (Compra), Proveedor (highlighted), Ventas (Reportes 1, 2, 3). The main content area is titled 'Sistema de Ventas' and 'Bienvenido'. Below this is a form titled 'Registrar Proveedor' with input fields for 'Nombre o Razon Social', 'Email', 'RUC', 'Celular', and 'Direccion'. At the bottom of the form are two buttons: 'Guardar' and 'Cancelar'.

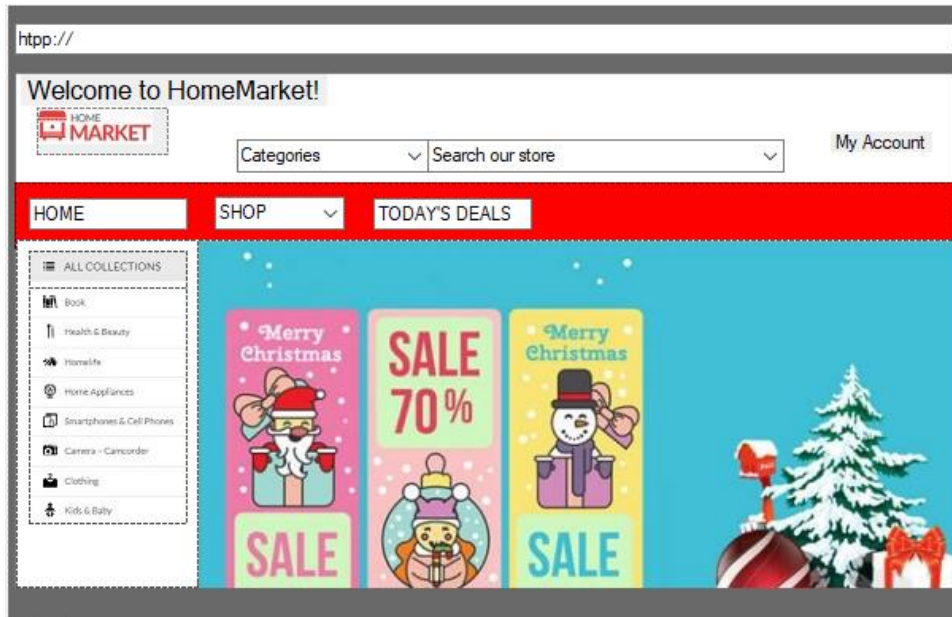
Descripción: Ésta imagen muestra la solicitud pedida por un proveedor, la cual es aceptada por el administrador.

VISTA DEL CLIENTE



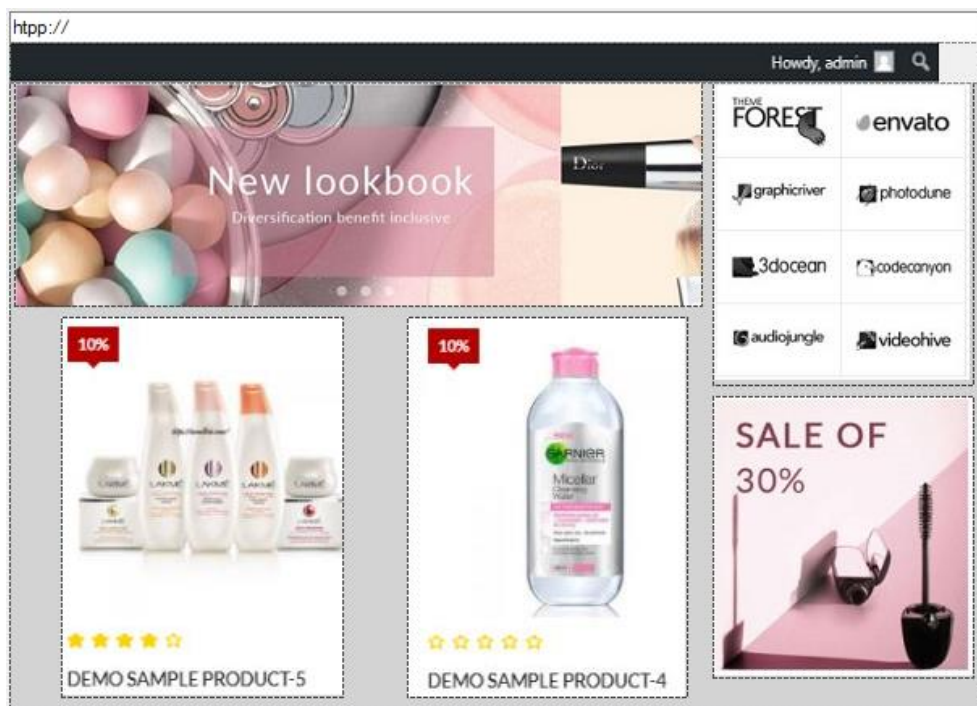
Descripción: Esta vista, indica que el cliente observa los productos subidos por un proveedor. El cliente podrá visualizar las promociones, ofertas y cuponer; dependiendo de cada proveedor.

VISTA DE UN PROVEEDOR



Descripción: El proveedor va a poder observar desde su panel de control las visitas de sus clientes a su espacio de tienda virtual.

VISTA DE ADMINISTRADOR



Descripción: El administrador va a poder visualizar todos los movimientos del proveedor, sus ofertas, promociones y ofertas; asimismo si hay alguna devolución del producto realizada por un cliente hacia el proveedor.

ANEXO 30: IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

NOMBRE DEL PROYECTO	
MARKETPLACE PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA CREACIONES PELONCITO SAC	
IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS	
TIPO DE RIESGO	RIESGO
Producto	Desarrollo incorrecto de las funcionalidades del software
Producto	Complejidad de los usuarios en el uso del software
Producto	El sistema no se encuentra disponible cuando se requiere acceder
Proyecto	Personal con experiencia abandona el proyecto antes de que finalice
Proyecto	Indisponibilidad del hardware, ues este es esencial para el proyecto o será entregado a tiempo
Proyecto	Falta de personal calificado
Proyecto	Los miembros del equipo no se implican en el proyecto, y por lo tanto no alcanzan el nivel de rendimiento deseado.
Proyecto y producto	El tamaño del proyecto se ha subestimado
Proyecto y producto	Existencia de más cambios de requerimientos de los previstos inicialmente
Proyecto y producto	Retrasos en las especificaciones de interfaces esenciales.
Producto	Los entregables (Sprint) no son finalizados en la fecha correspondiente , originando retrasos en la correcta implementación del proyecto
Producto	La implementación del sistema para el control del proceso de producción no se ajusta con los requisitos del cliente e insatisfacción del mismo.
Proyecto	Falta de colaboración del Scrum master para el debido levantamiento de información y cumplir la fecha de los Sprint.
Proyecto	Falta de tiempo del Product Owner que es la persona más experimentada para el proyecto en representación del cliente para definir los requerimientos funcionales y no funcionales del sistema.

ANEXO 31: HISTORIAS DE USUARIOS

NOMBRE DEL PROYECTO
Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC

HISTORIA DE USUARIO		DESCRIPCIÓN	ESTIMACIÓN	PRIORIDAD
H0001	Autenticación	Cada usuario debe autenticarse a través de un usuario y contraseña para poder ingresar al sistema	3	1
H0002	Cambiar contraseña	Le permite al administrador del sistema cambiar las contraseñas de los usuarios.	3	1
H0003	Validar perfil del usuario	Todos los usuarios deben pasar la autenticación del sistema y tener habilitados todas funciones desde su perfil designado.	3	1
H0004	Listar usuario	Permite poder listar todos los usuarios del sistema al administrador de sistema.	3	1
H0005	Inactivar usuario	Permite al administrador del sistema inactivar usuarios no activos.	3	1
H0006	Editar usuario	Permite al administrador del sistema editar la información de los usuarios	3	1
H0007	Registrar cliente	Permite registrar clientes en el sistema	3	1
H0008	Listar Clientes	Permite listar los clientes registrados en el sistema	3	1
H0009	Inactividad cliente	Permite inactivar clientes no operativos en el sistema	3	1
H0010	Editar cliente	Permite editar la información del cliente registrado en el sistema	3	1
H0011	Registrar producto	Permite registrar los productos en el sistema	3	1
H0012	Listar producto	Permite listar los productos registrados en el sistema	3	1
H0013	Inactivar producto	Permite inactivar los productos que no están en stock en el sistema	3	1
H0014	Editar producto	Permite editar la información de los productos registrados en el sistema	3	1
H0015	Registrar Stock	Permite registrar los productos en stock	3	2

H0016	Listar productos en stock	Permite listar todos los productos registrados en el sistema.	3	2
H0017	Actualizar stock de productos	Permite registrar al sistema los productos que se encuentran en almacén	3	2
H0018	Inactivar stock	Permite al administrador inactivar el producto que ya no se encuentra en stock	3	2
H0019	Registrar proveedor	Permite registrar proveedor en el sistema	3	1
H0020	Listar proveedor	Permite listar los proveedores registrados en el sistema	4	1
H0021	Inactividad proveedor	Permite inactivar proveedores no operativos en el sistema	4	1
H0022	Editar proveedor	Permite editar la información del proveedor registrado en el sistema	4	1
H0023	Listar producto	Permite al administrador del sistema poder listar todos los productos.	4	1
H0024	Inactivar producto	Permite al administrador inactivar en el sistema productos no operativos	4	1
H0025	Editar productos	Permite al administrador editar los productos registrados en el sistema	4	1
H0026	Eliminar productos	Permite al administrador eliminar los productos registrados en el sistema	4	1
H0027	Registrar fabricación	Permite agregar al producto final características como materia prima que se emplea para la fabricación y cantidad, también registra la materia prima que se emplean para la fabricación del producto.	3	2
H0028	Modificar fabricación	Permite editar los registros de fabricación a los productos finales.	3	2
H0029	Registrar orden de servicio	Permite al administrador de sistemas poder registrar las órdenes de servicio del sistema.	3	2
H0030	Registrar promociones	Permite al administrador registrar promociones	3	3
H0031	Modificar promociones	Permite al administrador modificar promociones	3	3
H0032	Eliminar promociones	Permite al administrador eliminar promociones	3	3
H0033	Registrar descuentos	Permite al administrador registrar descuentos	3	3

H0034	Modificar descuentos	Permite al administrador modificar descuentos	3	3
H0035	Eliminar descuentos	Permite al administrador eliminar descuentos	3	3
H0036	Ver PDF del estado actual de la orden de servicio	Permite imprimir en PDF los datos de la orden de servicio y el estado de fabricación en que se encuentran.	4	2
H0037	Iniciar orden en de servicio	Permite Iniciar la orden de servicio en producción registrando la fecha y verificando el stock de materiales.	4	2
H0038	Registrar avance de la orden de servicio	Permite registrar el avance de la producción por órdenes de servicio.	4	2
H0039	Registrar calidad	Permite registrar el resultado de las pruebas de calidad realizados por orden de servicio.	4	2
H0040	Reporte de orden de servicio	Permite mostrar resumidamente todas las órdenes de servicio ingresadas según el rango de fecha que se indique.	4	3
H0041	Reporte de productividad de ventas diarias	Permite al gerente y jefe de producción ver el reporte del indicador productividad de ventas diarias	4	3
H0042	Reporte de devoluciones del producto	Permite al gerente y jefe de producción ver el reporte del indicador del índice de calidad de ventas a través de las devoluciones realizadas.	4	3

ANEXO 32: PRODUCT BACKLOG

NOMBRE DEL PROYECTO
Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC

HISTORIAS DE USUARIO	
CÓDIGO	NOMBRE HISTORIA
H0001	Autenticación
H0002	Cambiar contraseña
H0003	Validar perfil del usuario
H0004	Listar usuario
H0005	Inactivar usuario
H0006	Editar usuario
H0007	Registrar cliente
H0008	Listar Clientes
H0009	Inactividad cliente
H0010	Editar cliente
H0011	Registrar producto
H0012	Listar producto
H0013	Inactivar producto
H0014	Editar producto
H0015	Registrar Stock
H0016	Listar productos en stock
H0017	Actualizar stock de productos
H0018	Inactivar stock
H0019	Registrar proveedor
H0020	Listar proveedor
H0021	Inactividad proveedor
H0022	Editar proveedor
H0023	Listar producto
H0024	Inactivar producto
H0025	Editar productos
H0026	Eliminar productos
H0027	Registrar fabricación
H0028	Modificar fabricación
H0029	Registrar orden de servicio
H0030	Registrar promociones
H0031	Modificar promociones
H0032	Eliminar promociones
H0033	Registrar descuentos
H0034	Modificar descuentos
H0035	Eliminar descuentos
H0036	Ver PDF del estado actual de la orden de servicio
H0037	Iniciar orden en de servicio

H0038	Registrar avance de la orden de servicio
H0039	Registrar calidad
H0040	Reporte de orden de servicio
H0041	Reporte de productividad de ventas diarias
H0042	Reporte de devoluciones del producto

ANEXO 33: PRODUCT BACKLOG PRIORIZADO

NOMBRE DEL PROYECTO
Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC

HISTORIAS DE USUARIO APROBADAS, ESTIMADAS Y PRIORIZADAS				
CÓDIGO	NOMBRE HISTORIA	ESTIMACIÓN	ITERACIÓN	PRIORIDAD
H0001	Autenticación	5	1	2
H0002	Cambiar contraseña	5	1	2
H0003	Validar perfil del usuario	5	1	2
H0004	Listar usuario	5	1	2
H0005	Inactivar usuario	5	1	2
H0006	Editar usuario	5	1	2
H0007	Registrar cliente	3	2	2
H0008	Listar Clientes	3	2	2
H0009	Inactividad cliente	3	2	2
H0010	Editar cliente	3	2	2
H0011	Registrar producto	3	2	2
H0012	Listar producto	3	2	2
H0013	Inactivar producto	3	2	2
H0014	Editar producto	3	2	2
H0015	Registrar Stock	3	2	2
H0016	Listar productos en stock	3	2	2
H0017	Actualizar stock de productos	3	2	2
H0018	Inactivar stock	3	2	2

H0019	Registrar proveedor	3	2	2
H0020	Listar proveedor	3	2	2
H0021	Inactividad proveedor	3	2	2
H0022	Editar proveedor	3	2	2
H0023	Listar producto	4	3	2
H0024	Inactivar producto	4	3	2
H0025	Editar productos	4	3	2
H0026	Eliminar productos	4	3	2
H0027	Registrar fabricación	4	3	2
H0028	Modificar fabricación	4	3	2
H0029	Registrar orden de servicio	4	3	2
H0030	Registrar promociones	4	3	2
H0031	Modificar promociones	4	3	2
H0032	Eliminar promociones	4	3	2
H0033	Registrar descuentos	4	3	2
H0034	Modificar descuentos	4	3	2
H0035	Eliminar descuentos	4	3	2
H0036	Ver PDF del estado actual de la orden de servicio	3	3	4
H0037	Iniciar orden en de servicio	3	3	4
H0038	Registrar avance de la orden de servicio	3	3	4
H0039	Registrar calidad	3	3	4
H0040	Reporte de orden de servicio	3	4	4
H0041	Reporte de productividad de ventas diarias	3	4	4
H0042	Reporte de devoluciones del producto	3	4	4

ANEXO 34: SPRINT

El sprint es una lista de tareas que se ha elaborado para completar los objetivos y requerimientos seleccionados para la iteración, al finalizar el Sprint o iteración se deberá presentar el producto preparado en forma de incremento.














1. Desarrollo del Sprint 0

El resultado del Sprint 0 es comenzar directamente con el Sprint 1, requiere preparar lo necesario para comenzar con el desarrollo del aplicativo, dejando listo el entorno de desarrollo, se inicia y termina de configurar los servicios.

1.1. Lista de pendientes del sprint 0

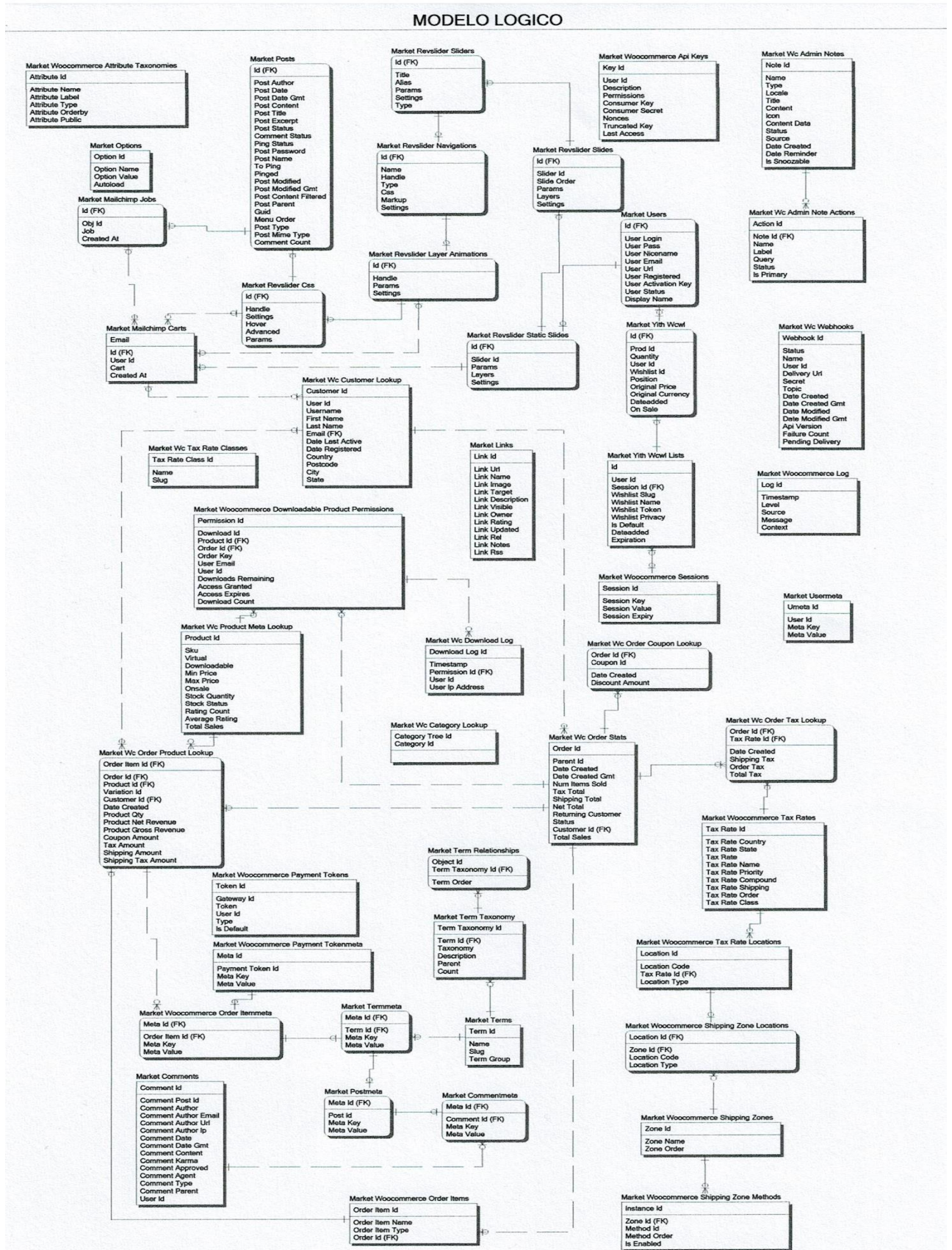
DESCRIPCIÓN	ESTIMACIÓN	ITERACIÓN	PRIORIDAD
Diseño lógico de la BD	3	0	1
Diseño físico de la BD	3	0	1
Diccionario de datos de la BD	3	0	1
Caso de uso del sistema	3	0	1
Diseño de prototipos	2	0	1

1.2. Planificación del sprint 0

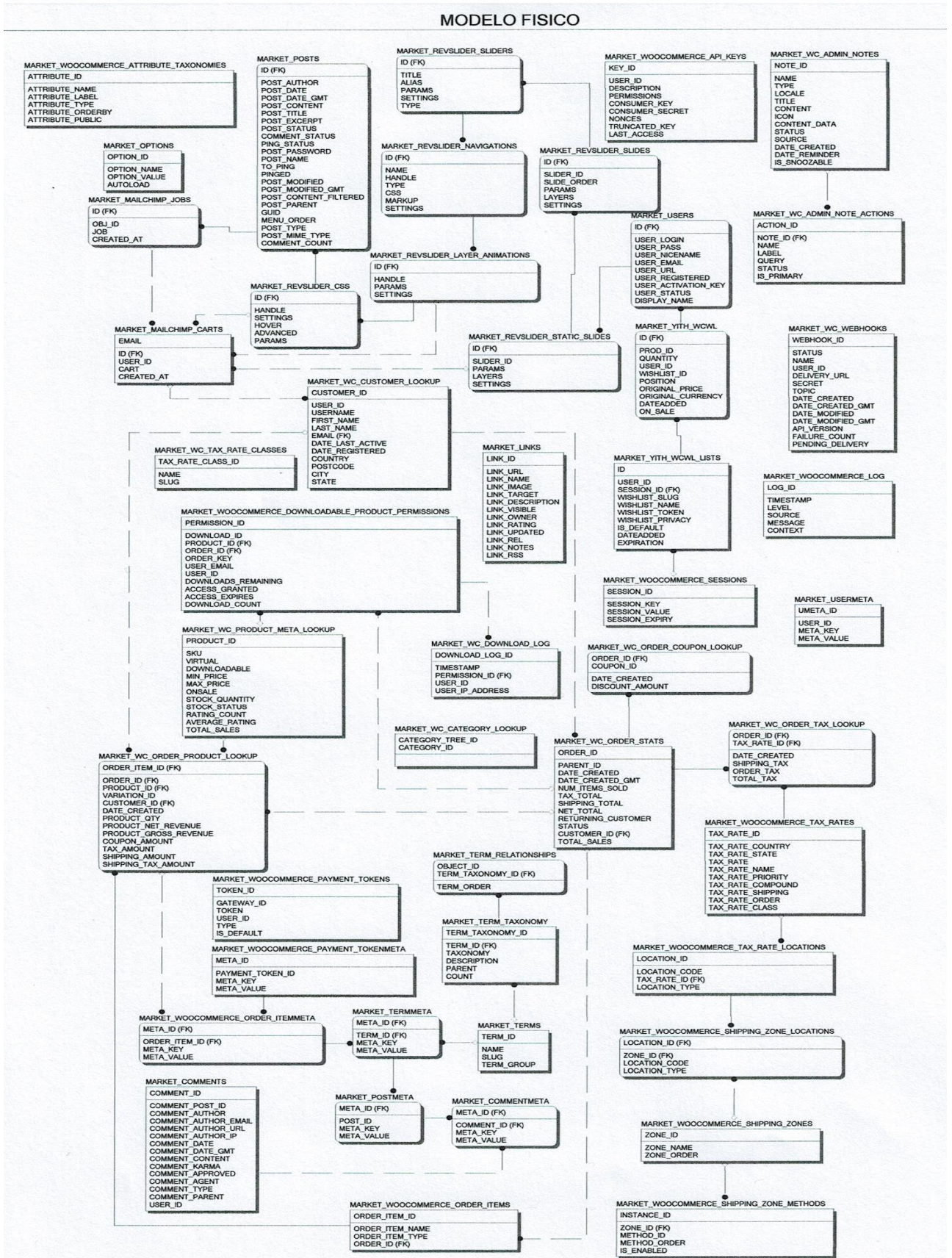
	Modo de	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
		Implementación de un Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC	76 días	lun 2/09/19	sáb 14/12/19
		Desarrollo del Proyecto	76 días	lun 2/09/19	sáb 14/12/19
		Sprint 0	10 días	lun 2/09/19	vie 13/09/19
		Fase de Análisis	1 día	lun 2/09/19	lun 2/09/19
		Planificación	1 día	mar 3/09/19	mar 3/09/19
		Definición del Project Charter	1 día	mié 4/09/19	mié 4/09/19
		Analizar el requerimiento del sistema	1 día	jue 5/09/19	jue 5/09/19
		Analizar el proceso de ventas	1 día	vie 6/09/19	vie 6/09/19
		Diseñar un prototipo de ventas	1 día	lun 9/09/19	lun 9/09/19
		Diseño físico y lógico de la BD	2 días	mar 10/09/19	mié 11/09/19
		Diccionario de la BD	1 día	jue 12/09/19	jue 12/09/19
		Entrega del sprint 0	1 día	vie 13/09/19	vie 13/09/19

1.3. Entrega del Sprint 0

- Diseño lógico de la BD



- **Diseño físico de la BD**



- **Diccionario de datos de la BD.**

Column Table Name	Column Name	Column Datatype	Column Null Option	Column Is PK	Column Is FK
MARKET_COMMENTMETA	META_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	Yes
	COMMENT_ID		NOT NULL	No	
	META_KEY	varchar(255)	NULL		No
	META_VALUE	longtext			
MARKET_COMMENTS	COMMENT_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	COMMENT_POST_ID		NOT NULL	No	
	COMMENT_AUTHOR	tinytext(255)			
	COMMENT_AUTHOR_EMAIL	varchar(100)			
	COMMENT_AUTHOR_URL	varchar(200)			
	COMMENT_AUTHOR_IP	varchar(100)			
	COMMENT_DATE	datetime			
	COMMENT_DATE_GMT				
	COMMENT_CONTENT	text(65535)			
	COMMENT_KARMA	integer			
	COMMENT_APPROVED	varchar(20)			
	COMMENT_AGENT	varchar(255)			
	COMMENT_TYPE	varchar(20)			
	COMMENT_PARENT	bigint unsigned			
	USER_ID				
MARKET_LINKS	LINK_ID		IDENTITY	Yes	
	LINK_URL	varchar(255)	NOT NULL	No	
	LINK_NAME				
	LINK_IMAGE				
	LINK_TARGET	varchar(25)			
	LINK_DESCRIPTION	varchar(255)			
	LINK_VISIBLE	varchar(20)			
	LINK_OWNER	bigint unsigned			
	LINK_RATING	integer			
	LINK_UPDATED	datetime			
	LINK_REL	varchar(255)			
	LINK_NOTES	mediumtext(16777215)			
	LINK_RSS	varchar(255)			
MARKET_MAILCHIMP_CARTS	ID	integer			Yes
	EMAIL	varchar(100)		Yes	No
	USER_ID	integer	NULL	No	
	CART	text(65535)	NOT NULL		
	CREATED_AT	datetime			

MARKET_MAILCHIMP_JOBS	ID OBJ_ID JOB CREATED_AT	integer text(65535) datetime	IDENTITY NULL NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_OPTIONS	OPTION_ID OPTION_NAME OPTION_VALUE AUTOLOAD	bigint unsigned varchar(191) longtext varchar(20)	IDENTITY NOT NULL	Yes No	
MARKET_POSTMETA	META_ID POST_ID META_KEY META_VALUE	bigint unsigned varchar(255) longtext	IDENTITY NOT NULL NULL	Yes No	Yes No
MARKET_POSTS	ID POST_AUTHOR POST_DATE POST_DATE_GMT POST_CONTENT POST_TITLE POST_EXCERPT POST_STATUS COMMENT_STATUS PING_STATUS POST_PASSWORD POST_NAME TO_PING PINGED POST_MODIFIED POST_MODIFIED_GMT POST_CONTENT_FILTERED POST_PARENT GUID MENU_ORDER POST_TYPE POST_MIME_TYPE COMMENT_COUNT	integer bigint unsigned datetime longtext text(65535) varchar(20) varchar(255) varchar(200) text(65535) datetime longtext bigint unsigned varchar(255) integer varchar(20) varchar(100) bigint	IDENTITY NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_REVSLIDER_CSS	ID HANDLE SETTINGS HOVER ADVANCED PARAMS	integer text(65535) longtext	IDENTITY NOT NULL NULL NOT NULL	Yes No	Yes No

MARKET_REVSLIDER_LAYER_ANIMATIONS	ID HANDLE PARAMS SETTINGS	integer text(65535)	IDENTITY NOT NULL NULL	Yes No	Yes No
MARKET_REVSLIDER_NAVIGATIONS	ID NAME HANDLE TYPE CSS MARKUP SETTINGS	integer varchar(191) longtext	IDENTITY NOT NULL NULL	Yes No	Yes No
MARKET_REVSLIDER_SLIDERS	ID TITLE ALIAS PARAMS SETTINGS TYPE	integer tinytext(255) longtext text(65535) varchar(191)	IDENTITY NOT NULL NULL NOT NULL NULL NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_REVSLIDER_SLIDES	ID SLIDER_ID SLIDE_ORDER PARAMS LAYERS SETTINGS	integer longtext text(65535)	IDENTITY NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_REVSLIDER_STATIC_SLIDES	ID SLIDER_ID PARAMS LAYERS SETTINGS	integer longtext text(65535)	IDENTITY NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_TERM_RELATIONSHIPS	OBJECT_ID TERM_TAXONOMY_ID TERM_ORDER	bigint unsigned integer		Yes No	 Yes No
MARKET_TERM_TAXONOMY	TERM_TAXONOMY_ID TERM_ID TAXONOMY DESCRIPTION PARENT COUNT	bigint unsigned varchar(32) longtext bigint unsigned bigint	IDENTITY NOT NULL	Yes No	 Yes No

MARKET_TERMMETA	META_ID TERM_ID META_KEY META_VALUE	bigint unsigned varchar(255) longtext	IDENTITY NOT NULL NULL	Yes No	Yes No
MARKET_TERMS	TERM_ID NAME SLUG TERM_GROUP	bigint unsigned varchar(200) bigint	IDENTITY NOT NULL	Yes No	
MARKET_USERMETA	UMETA_ID USER_ID META_KEY META_VALUE	bigint unsigned varchar(255) longtext	IDENTITY NOT NULL NULL	Yes No	
MARKET_USERS	ID USER_LOGIN USER_PASS USER_NICENAME USER_EMAIL USER_URL USER_REGISTERED USER_ACTIVATION_KEY USER_STATUS DISPLAY_NAME	integer varchar(60) varchar(255) varchar(50) varchar(100) datetime varchar(255) integer varchar(250)	IDENTITY NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_WC_ADMIN_NOTE_ACTIONS	ACTION_ID NOTE_ID NAME LABEL QUERY STATUS IS_PRIMARY	bigint unsigned varchar(255) longtext varchar(255) tinyint	IDENTITY NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_WC_ADMIN_NOTES	NOTE_ID NAME TYPE LOCALE TITLE CONTENT ICON CONTENT_DATA STATUS SOURCE DATE_CREATED DATE_REMINDER IS_SNOOZABLE	bigint unsigned varchar(255) varchar(20) longtext varchar(200) longtext varchar(200) datetime tinyint	IDENTITY NOT NULL NULL NOT NULL NULL NOT NULL	Yes No	

MARKET_WC_CATEGORY_LOOKUP	CATEGORY_TREE_ID	bigint unsigned		Yes	
	CATEGORY_ID				
MARKET_WC_CUSTOMER_LOOKUP	CUSTOMER_ID		IDENTITY		
	USER_ID		NULL	No	
	USERNAME	varchar(60)	NOT NULL		
	FIRST_NAME	varchar(255)			
	LAST_NAME				
	EMAIL	varchar(100)	NULL		Yes
	DATE_LAST_ACTIVE	timestamp			No
	DATE_REGISTERED				
	COUNTRY	char(2)	NOT NULL		
	POSTCODE	varchar(20)			
	CITY	varchar(100)			
	STATE				
MARKET_WC_DOWNLOAD_LOG	DOWNLOAD_LOG_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	TIMESTAMP	datetime	NOT NULL	No	
	PERMISSION_ID	bigint unsigned			Yes
	USER_ID		NULL		No
	USER_IP_ADDRESS	varchar(100)			
MARKET_WC_ORDER_COUPON_LOOKUP	ORDER_ID	bigint unsigned	NOT NULL	Yes	Yes
	COUPON_ID				No
	DATE_CREATED	datetime		No	
	DISCOUNT_AMOUNT	double			
MARKET_WC_ORDER_PRODUCT_LOOKUP	ORDER_ITEM_ID	bigint unsigned		Yes	Yes
	ORDER_ID			No	
	PRODUCT_ID	bigint			
	VARIATION_ID	bigint unsigned			No
	CUSTOMER_ID		NULL		Yes
	DATE_CREATED	datetime	NOT NULL		No
	PRODUCT_QTY	integer			
	PRODUCT_NET_REVENUE	double			
	PRODUCT_GROSS_REVENUE				
	COUPON_AMOUNT				
	TAX_AMOUNT				
	SHIPPING_AMOUNT				
	SHIPPING_TAX_AMOUNT				

MARKET_WC_ORDER_STATS	ORDER_ID	bigint unsigned		Yes	
	PARENT_ID			No	
	DATE_CREATED	datetime			
	DATE_CREATED_GMT				
	NUM_ITEMS_SOLD	integer			
	TAX_TOTAL	double			
	SHIPPING_TOTAL				
	NET_TOTAL				
	RETURNING_CUSTOMER	tinyint	NULL		
	STATUS	varchar(200)	NOT NULL		
	CUSTOMER_ID	bigint unsigned			Yes
	TOTAL_SALES	double			No
MARKET_WC_ORDER_TAX_LOOKUP	ORDER_ID	bigint unsigned		Yes	Yes
	TAX_RATE_ID				
	DATE_CREATED	datetime		No	No
	SHIPPING_TAX	double			
	ORDER_TAX				
	TOTAL_TAX				
MARKET_WC_PRODUCT_META_LOOKUP	PRODUCT_ID	bigint		Yes	
	SKU	varchar(100)	NULL	No	
	VIRTUAL	tinyint			
	DOWNLOADABLE				
	MIN_PRICE	decimal(10,2)			
	MAX_PRICE				
	ONSALE	tinyint			
	STOCK_QUANTITY	double			
	STOCK_STATUS	varchar(100)			
	RATING_COUNT	bigint			
	AVERAGE_RATING	decimal(3,2)			
	TOTAL_SALES	bigint			
MARKET_WC_TAX_RATE_CLASSES	TAX_RATE_CLASS_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	NAME	varchar(200)	NOT NULL	No	
	SLUG				

MARKET_WC_WEBHOOKS	WEBHOOK_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	STATUS	varchar(200)	NOT NULL	No	
	NAME	text(65535)			
	USER_ID	bigint unsigned			
	DELIVERY_URL	text(65535)			
	SECRET				
	TOPIC	varchar(200)			
	DATE_CREATED	datetime			
	DATE_CREATED_GMT				
	DATE_MODIFIED				
	DATE_MODIFIED_GMT				
	API_VERSION	smallint			
	FAILURE_COUNT				
	PENDING_DELIVERY	tinyint			
MARKET_WOOCOMMERCE_API_KEYS	KEY_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	USER_ID		NOT NULL	No	
	DESCRIPTION	varchar(200)	NULL		
	PERMISSIONS	varchar(10)	NOT NULL		
	CONSUMER_KEY	char(64)			
	CONSUMER_SECRET	char(43)			
	NONCES	longtext	NULL		
	TRUNCATED_KEY	char(7)	NOT NULL		
	LAST_ACCESS	datetime	NULL		
MARKET_WOOCOMMERCE_ATTRIBUTE_TAXONOMIES	ATTRIBUTE_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	ATTRIBUTE_NAME	varchar(200)	NOT NULL	No	
	ATTRIBUTE_LABEL		NULL		
	ATTRIBUTE_TYPE	varchar(20)	NOT NULL		
	ATTRIBUTE_ORDERBY				
	ATTRIBUTE_PUBLIC	integer			

MARKET_WOOCOMMERCE_DOWNLOADABLE_PRODUCT_PERMISSIONS	PERMISSION_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	Yes No	
	DOWNLOAD_ID	varchar(36)	NOT NULL	No		
	PRODUCT_ID	bigint				
	ORDER_ID	bigint unsigned				
	ORDER_KEY	varchar(200)				
	USER_EMAIL					
	USER_ID	bigint unsigned	NULL			
	DOWNLOADS_REMAINING	varchar(9)				
MARKET_WOOCOMMERCE_LOG	ACCESS_GRANTED	datetime	NOT NULL			
	ACCESS_EXPIRES		NULL			
	DOWNLOAD_COUNT	bigint unsigned	NOT NULL			
MARKET_WOOCOMMERCE_LOG	LOG_ID		IDENTITY	Yes		
	TIMESTAMP	datetime	NOT NULL	No		
	LEVEL	smallint				
	SOURCE	varchar(200)				
	MESSAGE	longtext				
MARKET_WOOCOMMERCE_ORDER_ITEMMETA	CONTEXT		NULL			
	META_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes		Yes
	ORDER_ITEM_ID		NOT NULL	No		No
	META_KEY	varchar(255)	NULL			
MARKET_WOOCOMMERCE_ORDER_ITEMMETA	META_VALUE	longtext				
	ORDER_ITEM_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes		
	ORDER_ITEM_NAME	text(65535)	NOT NULL	No		
	ORDER_ITEM_TYPE	varchar(200)				
ORDER_ID	bigint unsigned					
MARKET_WOOCOMMERCE_PAYMENT_TOKENMETA	ORDER_ID				Yes	
	META_ID		IDENTITY	Yes	No	
	PAYMENT_TOKEN_ID		NOT NULL	No		
	META_KEY	varchar(255)	NULL			
MARKET_WOOCOMMERCE_PAYMENT_TOKENMETA	META_VALUE	longtext				

MARKET_WOOCOMMERCE_PAYMENT_TOKENS	TOKEN_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	GATEWAY_ID	varchar(200)	NOT NULL	No	
	TOKEN	text(65535)			
	USER_ID	bigint unsigned			
	TYPE	varchar(200)			
	IS_DEFAULT	tinyint			
MARKET_WOOCOMMERCE_SESSIONS	SESSION_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	SESSION_KEY	char(32)	NOT NULL	No	
	SESSION_VALUE	longtext			
	SESSION_EXPIRY	bigint unsigned			
MARKET_WOOCOMMERCE_SHIPPING_ZONE_LOCATIONS	LOCATION_ID		IDENTITY	Yes	Yes
	ZONE_ID		NOT NULL	No	
	LOCATION_CODE	varchar(200)			No
	LOCATION_TYPE	varchar(40)			
MARKET_WOOCOMMERCE_SHIPPING_ZONE_METHODS	ZONE_ID	bigint unsigned			Yes
	INSTANCE_ID		IDENTITY	Yes	No
	METHOD_ID	varchar(200)	NOT NULL	No	
	METHOD_ORDER	bigint unsigned			
	IS_ENABLED	tinyint			
MARKET_WOOCOMMERCE_SHIPPING_ZONES	ZONE_ID	bigint unsigned	IDENTITY	Yes	
	ZONE_NAME	varchar(200)	NOT NULL	No	
	ZONE_ORDER	bigint unsigned			
MARKET_WOOCOMMERCE_TAX_RATE_LOCATIONS	LOCATION_ID		IDENTITY	Yes	
	LOCATION_CODE	varchar(200)	NOT NULL	No	
	TAX_RATE_ID	bigint unsigned			Yes
	LOCATION_TYPE	varchar(40)			No

MARKET_WOOCOMMERCE_TAX_RATES	TAX_RATE_ID TAX_RATE_COUNTRY TAX_RATE_STATE TAX_RATE TAX_RATE_NAME TAX_RATE_PRIORITY TAX_RATE_COMPOUND TAX_RATE_SHIPPING TAX_RATE_ORDER TAX_RATE_CLASS	bigint unsigned varchar(2) varchar(200) varchar(8) varchar(200) bigint unsigned integer bigint unsigned varchar(200)	IDENTITY NOT NULL	Yes No	
MARKET_YITH_WCWL	ID PROD_ID QUANTITY USER_ID WISHLIST_ID POSITION ORIGINAL_PRICE ORIGINAL_CURRENCY DATEADDED ON_SALE	integer decimal(9,3) char(3) timestamp tinyint	IDENTITY NOT NULL NULL NOT NULL	Yes No	Yes No
MARKET_YITH_WCWL_LISTS	ID USER_ID SESSION_ID WISHLIST_SLUG WISHLIST_NAME WISHLIST_TOKEN WISHLIST_PRIVACY IS_DEFAULT DATEADDED EXPIRATION	integer bigint unsigned varchar(200) text(65535) varchar(64) tinyint timestamp	IDENTITY NULL NOT NULL NULL NOT NULL NULL	Yes No	Yes No

- Detalle de las tablas wordpress

TABLA	COMENTARIO	CAMPOS DE LA TABLA	DESCRIPCIÓN
WP_COMMENTMETA	SE ALMACENAN LOS DATOS ADICIONALES SOBRE LOS COMENTARIOS QUE SE ALMACENAN EN UNA INSTALACION DE WORDPRESS	meta_id comment_id meta_key meta_value	ID principal de la tabla Id del comentario (tabla wp_comments) Clave del valor Meta o valor del campo
WP_COMMENTS	ALMACENA LOS COMENTARIOS QUE SE HAN REALIZADO, TANTO LOS COMENTARIOS QUE SE HAN APROBADO COMO LOS QUE NO SE HAN APROBADO	comment_id comment_post_ID comment_author comment_author_email comment_author_url comment_author_IP comment_date comment_date_gmt comment_content comment_Karma comment_approved comment_agent comment_type comment_parent user_id	ID del comentario ID del post (tabla wp_post) Autor del comentario Email del autor del comentario Url del autor del comentario Ip del autor del comentario Fecha y hora del comentario Fecha y hora del comenatrio (gmt) Contenido del comentario Meta o valor del campo Aprobacion del comentario (0,1 o spam) Browser, sistema operativo, etc Tipo (pingback trackback) Comentario padre del actual Id del usuario si esta registrado

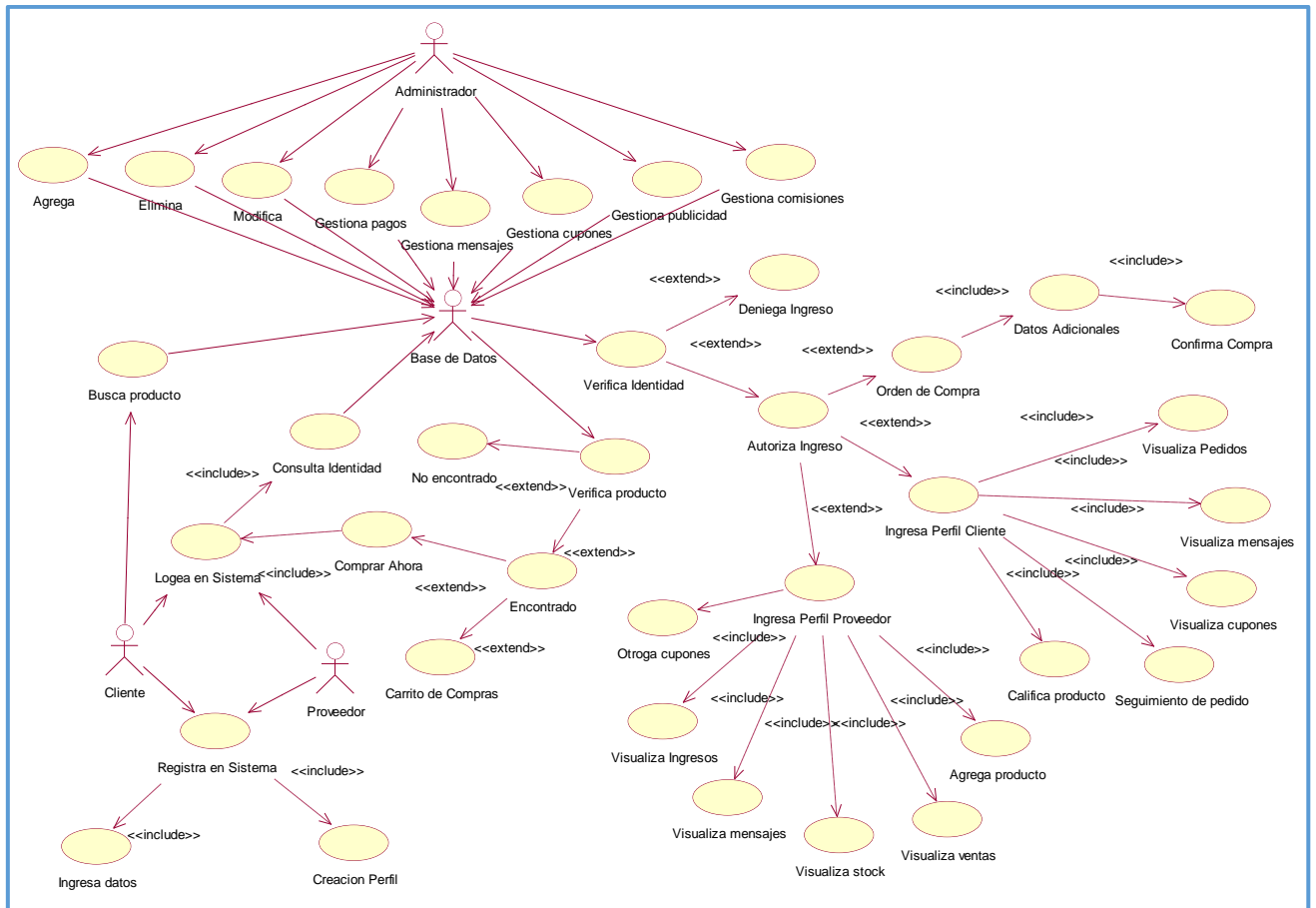
WP_LINKS	TABLA USADO PARA LA GESTION DE LOS ENLACES		
WP_OPTIONS	GUARDA Y GESTIONA LAS OPCIONES DE NUESTRA INSTALACION DE WORDPRESS	option_id option_name option_value autoload	Id de la opción Nombre de la opción Valor de la opción Si la opción se carga automaticamente
WP_POSTMETA	ALMACENA CADA META DATA DE UN POST, TAMBIEN ES USADO POR LOS PLUGINS PARA GUARDAR SU PROPIA INFORMACION	meta_id post_id meta_key meta_value	Id de la información (meta) Id del post asociado Clave del meta Valor del meta (información)
WP_POSTS	ES LA TABLA MAS IMPORTANTE, ALMACENA LOS POST DE WORDPRESS, ESTO QUIERE DECIR QUE INCLUYE ENTRADAS, PAGINAS, ETC.	ID post_author post_date post_date_gmt post_content post_title post_excerpt	Id de la información (meta) Autor del post Fecha del post Fecha del post (gmt) Contenido del post Titulo del post Extracto del post

		post_status comment_status ping_status post_password post_name to_ping pinged post_modified post_modified_gmt post_content_filtered guid menu_order post_type post_mime_type comment_count	Estado del post (publicado, borrador, etc) Estado comentarios (abiertos?) Estado de los pings (abiertos?) Contraseña del post Nombre del post Url a la que enviar pingback Url a la que se ha enviado pingback Fecha y hora de modificación del post Fecha y hora de modificación del post (gmt) Usado por algunos plugins de cache para guardar una versión en cache Url permanente al post Numero de orden en el menu Tipo de post (post, page...) El Mime type de Iso ficheros subidos Numero de comentarios del post
WP_TERMMETA	SE ALMACENAN LOS METADATOS RELACIONADOS CON LAS CATEGORIAS	meta_id term_id meta_key meta_value	Id de la información (meta) Id del termino Clave del meta Valor del meta (información)

WP_TERMS	SE GUARDAN TANTO LAS CATEGORIAS COMO LAS ETIQUETAS PARA LOS POST Y PAGINAS	term_id name slug term_group	Id de termino Nombre del termino Slug del termino Agrupación de terminos (alias)
WP_TERM_RELATIONSHIPS	LOS POST ESTAN RELACIONADOS CON CATEGORIAS Y ETIQUETAS POR LA TABLA WP_TERM Y ESTA ASOCIACION ES MANTENIDA EN ESTA TABALA	object_id term_taxonomy_id term_order	Id de termino Nombre del termino Slug del termino
WP_TERM_TAXONOMY	ALMACENA LA INFORMACION QUE DESCRIBE LA TAXONOMIA COMO CATEGORIAS, TAG, CPT, PARA LAS ENTRADAS DE LA TABLA WP_TERMS	term_taxonomy_id term_id taxonomy description parent count	Id del termino de taxonomia Id del termino Nombre de la taxonomia Descripción Padre Numero

WP_USERMETA	SE ALMACENAN DATOS ADICIONALES DE LOS USUARIOS	umeta_id user_id meta_key meta_value	Id de la tabla Id del usuario (tabla wp_users) Clave de la información o meta Valor de la información o meta
WP_USERS	EN ESTA TABLA SE ALMACENAN LOS DATOS DE LOS USUARIOS	ID user_login user_pass user_nicename user_email user_url user_registered user_activation_key user_status display_name	Id del usuario Login o username para acceder Contraseña del usaurio (encriptada) Nombre del usuario que se muestra Email del usuario Campo url del usuario Fecha y hora que se registro el usuario Se usa para reestablecer las contraseñas Se usaba antes Nombre del usuario elegido para mostrar (user_login, user_nicename...)

- **Caso de uso del sistema.**



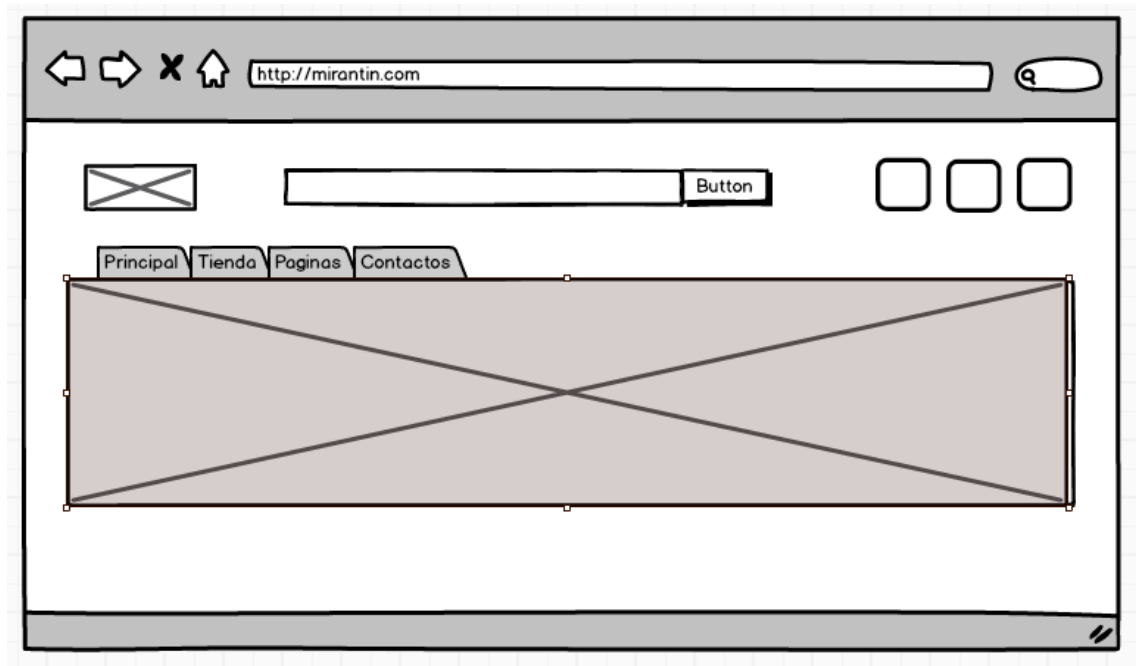
Descripción: El cliente ingresa a la plataforma buscando un producto este mensaje se dirige a la base de datos buscando dicha petición si lo encuentra se dirige dando respuesta a lo solicitado, el cliente lo envía al carrito de compras y si realiza la compra se logea ingresando sus datos. Por otro lado si es proveedor se registra en el sistema ingresando sus datos y luego los productos que ofrece. El administrador podrá acceder a toda la base de datos para editar, modificar los perfiles de los clientes y proveedores

- **Prototipos del sistema.**

Para la creación de nuestros prototipos dividimos nuestra pagina principal en cabecera y cuerpo como se muestra a continuación

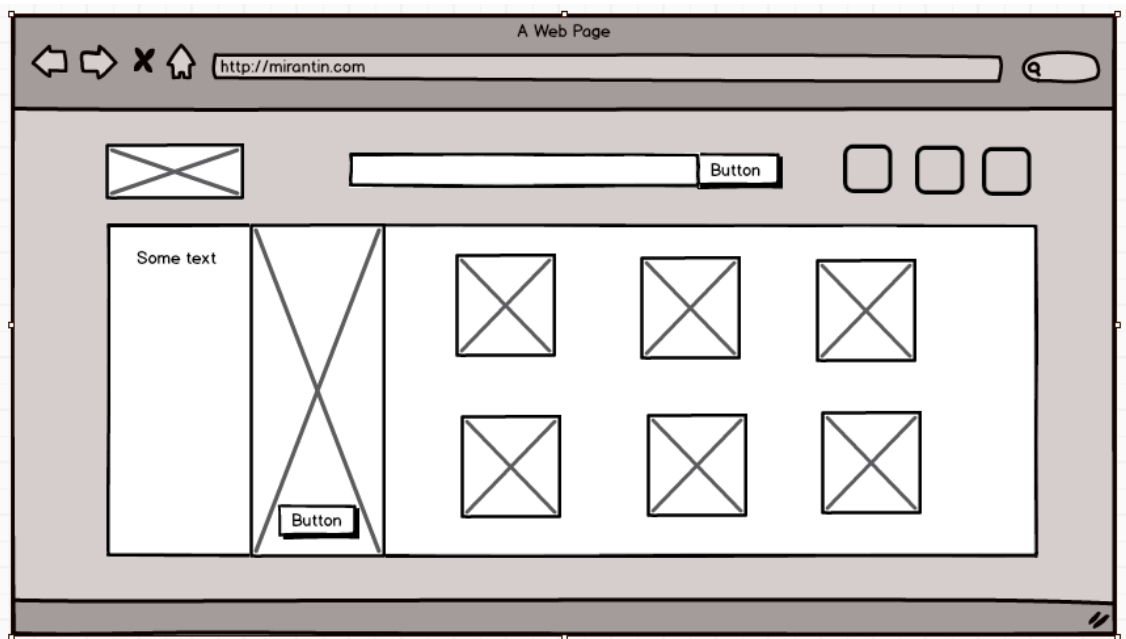
Página Principal Cabecera

En esta sección se muestra el diseño con las secciones para ubicar el logo de página, el buscador, las opciones de registro, favoritos y carrito de compras



Página Principal Cuerpo

En el cuerpo de la plataforma se ubicaran las diferentes categorías con sus respectivas secciones de publicidad mostrando siempre el logo de la pagina con el buscador auto regulado para que aparezca en todo momento de la navegación que realice el usuario



Registro de usuarios

Los registros de usuario son la parte principal para que las personas puedan acceder a los productos y compras

A wireframe of a web browser window titled "A Web Page" with the address bar showing "http://mirantin.com". The page layout includes a header with a logo placeholder, a search bar with a "Button", and three empty square icons. The main content area is divided into two columns. The left column, titled "Iniciar sesión en su cuenta", contains input fields for "usuario o email" and "clave", followed by a "Button". The right column, titled "Registrar una cuenta", contains an "Email" input field, radio buttons for "Comprador" and "Vendedor", a checkbox for "Terminos y condiciones", and a "Button".

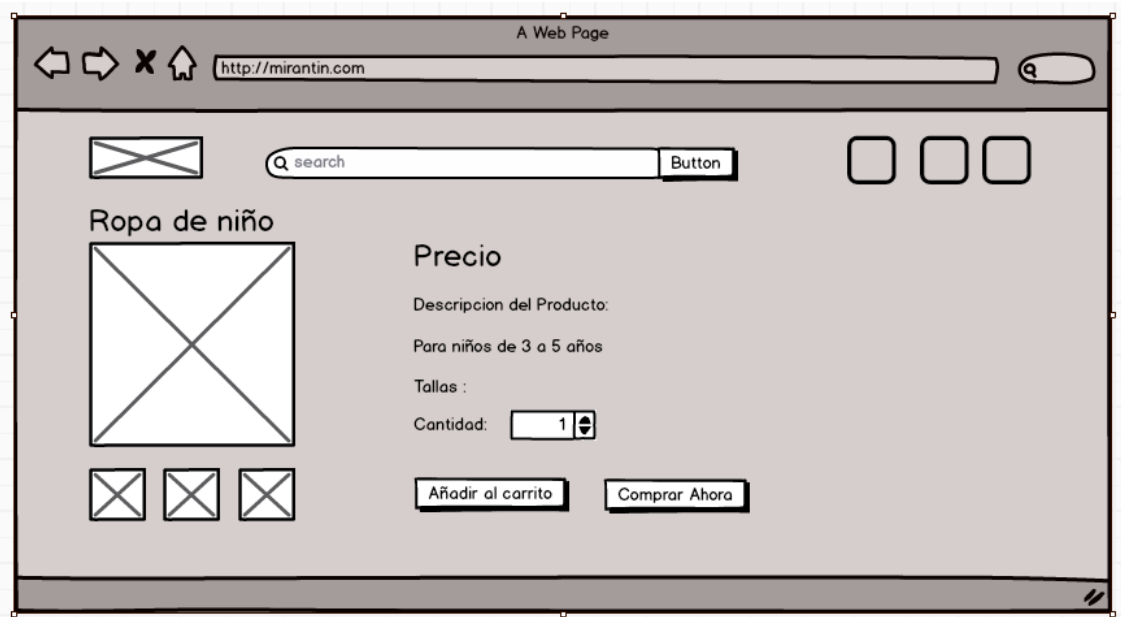
Panel de usuarios registrados

Cada usuario registrado tendrá un panel de control de acuerdo a su registro como comprador o proveedor, solo los proveedores tendrán la opción de crear una página de su tienda

A wireframe of a web browser window titled "A Web Page" with the address bar showing "http://mirantin.com". The page layout includes a header with a logo placeholder, a search bar with the text "search" and a "Button", and three empty square icons. The main content area has a left sidebar with a vertical list of menu items: "Escritorio", "Productos", "Pedidos", "Contactos", "Retirar", and "Ajustes". Below these items are three tabs labeled "T", "C", and "S", with "T" being the active tab. The main content area is a large rectangle with a diagonal cross, indicating a placeholder for a user profile or dashboard content.

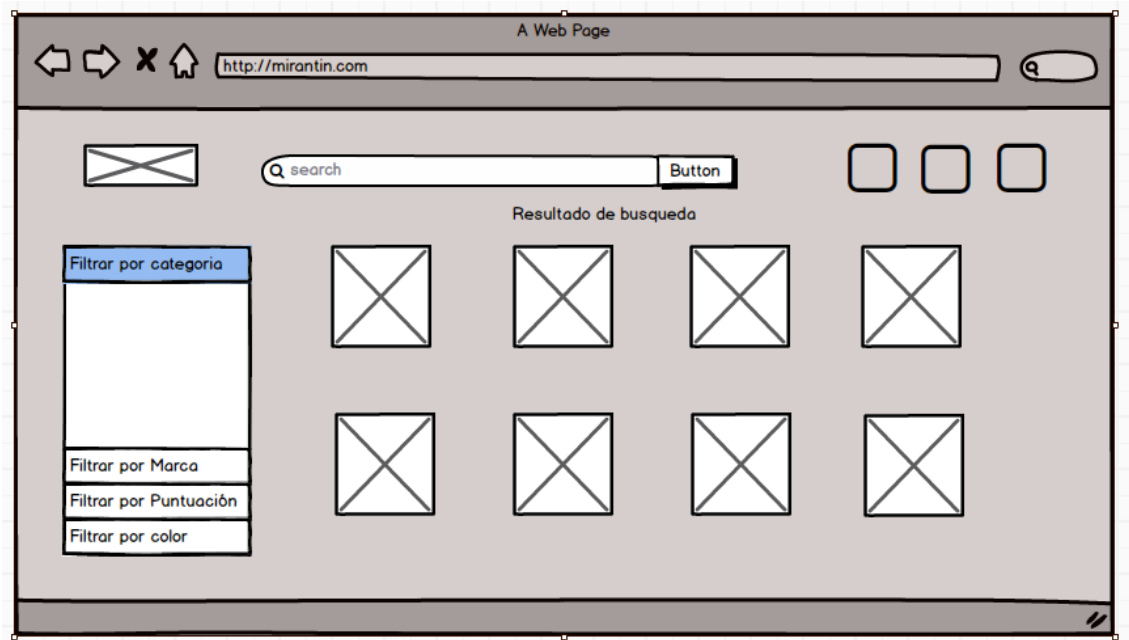
Vista de Producto

Los proveedores y administradores de la plataforma podrán editar esta sección de la vista para los productos



Resultado de Búsqueda

Cada búsqueda de producto ira acompañado de unos filtros de búsqueda, ubicados en la parte izquierda de la pagina el cual permitirá mostrar solo aquellos productos que cumplan con los detalles que el usuario busca



Resumen del Sprint 0

Total de Historias	5
Historias terminadas	5
Historias por terminar	0
Avance	100%

Retrospectiva del Sprint 0

Al final del Sprint, el equipo Scrum se reunió para recibir la respuesta del Scrum master, para saber cómo le fue en la reunión con el Product Owner, resulta que el producto se entregó sin problemas entregado y es el cliente quedo satisfecho.

Cosas Positivas

- Logramos cumplir los resultados.
- El apoyo del equipo en todo momento.

Cosas Negativas

- Ninguna

ANEXO 35: ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°0

ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°0

Fecha : 01 / 09 / 2019
Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo
Christian José Valdez Espinoza
Product Owner : Sr. Leoncio Mendoza


Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que el equipo Scrum determinó las historias de usuario para el Sprint 0 para el desarrollo del Proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”. Acordando satisfactoriamente los objetivos del Sprint 0, como también los elementos de la Pila de Producto (Historias) que contiene el sprint mencionado.

Dentro del Sprint 0 se determinó lo siguiente:

SPRINT	OBJETIVO	HISTORIAS
0	- Elaborar el diseño lógico de la base de datos (tablas y atributos)	Diseño lógico de la BD
	- Elaborar el diseño físico de la base de datos (tablas, atributos y tipo de datos)	Diseño físico de la BD
	- Crear la base de datos en MySQL con las respectivas uniones según el diseño físico y lógico.	Creación de tablas de BD
	- Elaborar casos de uso general del sistema.	Caso de uso del sistema
	- Presentar los prototipos del sistema.	Diseño de prototipos.

Firma en señal de conformidad.

Firma en señal de conformidad


Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 36: ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°0

ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°0


Fecha : 15/09/2019

Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo
Christian José Valdez Espinoza

Product Owner : Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que la Srta. Karina Vanessa Flores Araujo y el Sr. Christian José Valdez Espinoza, presenta el diseño lógico de la BD, diseño físico de la creación de la base de datos, los casos de uso del sistema y los prototipos del sistema con las funcionalidades ya determinadas por el Product Owner en la acta de reunión de planificación del Sprint 0 donde se detalla las historias de usuario y objetivos; elaboradas las especificaciones por el equipo Scrum y el Scrum Master se da la aprobación del Sprint 0, donde se decide de manera unánime aprobar el Sprint mencionado donde se presentaron los requerimientos para el proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”

Firma en señal de conformidad.



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

Desarrollo del Sprint 1:

COD.	Nombre Historia	Estimación	Iteración	Prioridad
H0001	Autenticación	5	1	3
H0002	Cambiar contraseña	5	1	3
H0003	Validar Usuario	5	1	3
H0004	Listar Usuario	5	1	3
H0005	Eliminar Usuario	5	1	3
H0006	Editar Usuario	5	1	3

Planificación del Sprint 1

Sprint 1: Creación de usuarios	5 días	lun 16/09/19	vie 20/09/19
Autenticación	1 día	lun 16/09/19	lun 16/09/19
Login y contraseña	1 día	mar 17/09/19	mar 17/09/19
Validar Usuario	1 día	mié 18/09/19	mié 18/09/19
Listar Usuario	1 día	jue 19/09/19	jue 19/09/19
Eliminar Usuario	1 día	vie 20/09/19	vie 20/09/19
Editar Usuario	1 día	vie 20/09/19	vie 20/09/19

Entrega del Sprint 1

Creación de usuarios:

Autenticación:

Los usuarios se pueden registrar como comprador o como vendedor


Inicie sesión en su cuenta	Registrar una cuenta
<input type="text" value="Nombre de usuario o dirección Email"/>	<input type="text" value="Dirección de Email"/>
<input type="password" value="Password"/> ¿Olvidó su clave?	Se le enviará una contraseña a su dirección de correo electrónico.
<input type="checkbox"/> Recuérdame	<input checked="" type="radio"/> Comprador
<input type="button" value="Iniciar sesión"/>	<input type="radio"/> Vendedor
	<input type="checkbox"/> Aplicar para convertirse en un vendedor?
	<input type="checkbox"/> He leído y acepto los Términos y Condiciones .
	Sus datos personales se utilizarán para procesar su pedido, respaldar su experiencia en este sitio web y para otros fines descritos en nuestro política de privacidad .
	<input type="button" value="Registro"/>

Después de registrado, al usuario le llega un email de www.mirantin.com con la confirmación de registrado y una clave aleatoria generada por el sistema que luego puede ser cambiada ingresando a su cuenta.



Autenticación

Desde el panel de Wordpress podemos verificar cada usuario registrado para su autenticación

<input type="checkbox"/>	Nombre de usuario	Nombre	Correo electrónico	Perfil	Entradas	
<input type="checkbox"/>	 admirantin	vaness Flores Araujo	administrador@mirantin.com	Administrador	11	
<input type="checkbox"/>	 anirakvfa	Vanessa Flores	anirakvfa@hotmail.com	Cliente	0	
<input type="checkbox"/>	 cvaldez02	Christian Valdez	cvaldez02@gmail.com	Vendedor	0	
<input type="checkbox"/>	 edkvfa	karina Flores Araujo	edkvfa@gmail.com	Cliente	0	
<input type="checkbox"/>	 henrybermejo	—	henrybermejo@outlook.com	Cliente	0	
<input type="checkbox"/>	 jespinoza0212	—	jespinoza0212@gmail.com	Cliente	0	
<input type="checkbox"/>	 karinavanessafloresaraujo	Vanessa Flores Araujo	karinavanessafloresaraujo@gmail.com	Vendedor	0	
<input type="checkbox"/>	 karitopoes	judith pomachagua	karitopoes@gmail.com	Vendedor	0	

Editar Usuario

Datos registrados por un cliente:

Nombre de usuario	edkvfa	<small>El nombre de usuario no puede cambiarse.</small>
Perfil	Ciente	
Nombre	karina	
Apellidos	Flores Araujo	
Alias (obligatorio)	edkvfa	
Mostrar este nombre públicamente	edkvfa	
Información de contacto		
Correo electrónico (obligatorio)	edkvfa@gmail.com	
Web		

Eliminar Usuario

Desde el panel de control de wordpress podemos eliminar a un usuario.

Todos (8) | Administrador (1) | **Ciente (4)** | Vendedor (3)

Acciones en lote ▼ Aplicar Cambiar perfil a... ▼ Cambiar 4 elementos

Borrar

Set primary role to Vendedor

	Nombre	Correo electrónico	Perfil	Entradas
<input type="checkbox"/>	Vanessa Flores	anirakvfa@hotmail.com	Ciente	0
<input checked="" type="checkbox"/>	edkvfa	edkvfa@gmail.com	Ciente	0
<input type="checkbox"/>	henrybermejo	henrybermejo@outlook.com	Ciente	0
<input type="checkbox"/>	jespinoza0212	jespinoza0212@gmail.com	Ciente	0

Nombre de usuario Nombre Correo electrónico Perfil Entradas

Acciones en lote ▼ Aplicar Cambiar perfil a... ▼ Cambiar 4 elementos

Resumen del Sprint 1

Total de Historias	6
Historias terminadas	6
Historias por terminar	0
Avance	100%

Retrospectiva del sprint 1

Al final del Sprint, el equipo scrum se reunió para recibir la respuesta del Scrum master, para saber cómo le fue en la reunión con el Product Owner, resulta que el producto se entregó sin problemas y el cliente quedó satisfecho.

Cosas Positivas

- Logramos cumplir los resultados.
- El apoyo del equipo en todo momento.

Cosas Negativas

- Ninguna

ANEXO 37: ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°1

ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°1


Fecha : 16 / 09 / 2019
Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo
Christian José Valdez Espinoza
Product Owner : Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que el equipo Scrum determinó las historias de usuarios para el Sprint 1 para el desarrollo del proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”. Acordando satisfactoriamente los objetivos del Sprint 1, como también los elementos de la Pila del Producto (Historias) que contiene el Sprint mencionado.

Dentro del Sprint 1 se determinó lo siguiente:

SPRINT	OBJETIVO	HISTORIAS
1	- Elaborar la vista de Autenticación para poder ingresar al sistema de los usuarios con perfil: administrador, jefe de producción y gerente general.	Autenticación
	- Elaborar la clase y controlador del administrador del sistema y usuarios para que puedan cambiar las contraseñas de sus clientes.	Cambiar contraseña
	- Elaborar clase y controlador del administrador del sistema para aperturar el sistema según las funcionalidades de su perfil.	Validar administrador de Sistema
	- Elaborar clase y controlador del gerente general del sistema para aperturar el sistema según las funcionalidades de su perfil.	Validar Gerente General
	- Elaborar clase y controlador del jefe de producción del sistema para aperturar el sistema según las funcionalidades de su perfil.	Validar jefe de producción
	- Elaborar vista para poder listar todos los usuarios del sistema a los usuarios con perfil de administrador del sistema.	Listar usuario
	- Elaborar vista para permitir al administrador del sistema eliminar usuarios no activos.	Eliminar usuario
	- Elaborar vista para permitir al administrador del sistema editar la información de los usuarios.	Editar usuario

Firma en señal de conformidad.


Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General


ANEXO 38: ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°1

ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°1

Fecha : 20 / 09 / 2019
Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo
Christian José Valdez Espinoza
Product Owner : Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que el equipo Scrum Master presentó el módulo de seguridad que incluye la administración de usuarios para los usuarios con perfil administrador y cambio de contraseña para los usuarios con perfil de jefe de producción y gerente general con las funcionalidades ya determinadas por el Product Owner en la acta de reunión de planificación Sprint, donde se detalla las historias de usuario y objetivos; elaboradas las especificaciones por el equipo Scrum y el Scrum Master se da la aprobación del Sprint 1 donde se decide de manera unánime aprobar el Sprint mencionada donde se presentaron los requerimientos para el proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”. Acordando satisfactoriamente los objetivos del Sprint 1,

Firma en señal de conformidad



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

Desarrollo del Sprint 2

A continuación, la lista de pendientes para el Sprint 2

Lista de pendientes Sprint 2

Cód.	Nombre Historia	Estimación	Iteración	Prioridad
H0007	Listar producto	4	2	3
H0008	Eliminar producto	4	2	3
H0009	Editar productos	4	2	3
H0010	Registrar orden de servicio	4	2	5
H0011	Anular orden de servicio	4	2	5
H0012	Iniciar orden de servicio	4	2	5
H0013	Registrar avance de la orden de servicio	4	2	5
H0014	Registrar calidad	4	2	5

Planificación del Sprint 2

▲ Sprint 2: Creación de catálogos	10 días	sáb 21/09/19	jue 3/10/19
Listar, editar de productos	4 días	sáb 21/09/19	mié 25/09/19
Registrar y modificar proveedor	2 días	jue 26/09/19	vie 27/09/19
Registrar y anular orden de servicio	2 días	lun 30/09/19	mar 1/10/19
Registro de calidad de producto	2 días	mié 2/10/19	jue 3/10/19

Entrega del Sprint 2

CREACIÓN DE CATÁLOGOS

LISTAR PRODUCTOS:

Cada vendedor puede crear un nuevo producto que al final puede visualizarse en una lista.

<input type="checkbox"/>	Imagen	Nombre	Estado	SKU	Inventario	Precio	Ganancias	Tipo	Visualizaciones	Fecha	
<input type="checkbox"/>		Limpiador facial FOREVER	Publicado	—	Hay existencias	S/50.00	S/47.50	≡	2	noviembre 3, 2019 Publicado	
<input type="checkbox"/>		Paleta de maquillaje	Publicado	—	Hay existencias	S/75.00	S/71.25	≡	0	noviembre 3, 2019 Publicado	
<input type="checkbox"/>		Paleta de maquillaje	Publicado	—	Hay existencias	S/70.00	S/66.50	≡	1	noviembre 3, 2019 Publicado	
<input type="checkbox"/>		Cartera de mano	Publicado	—	Hay existencias	S/100.00	S/95.00	≡	1	noviembre 3, 2019 Publicado	

EDITAR PRODUCTO

Desde el panel principal del vendedor en la sección productos, se puede elegir el producto que se desee editar.

Escritorio

Productos

Pedidos

Contacta al Administrador

Retirar

Ajustes

Editar Producto

Publicado

Ver producto

Título

Cartera de mano

☐ Descargable

☐ Virtual

Precio (Ganancia :S/ 95)

S/ 100

Precio en oferta

S/ 0.00

Programar

Categoría


Para mujeres

Etiquetas

Selecciona las etiquetas de productos

Marcas

Select product brands



REGISTRAR PROVEEDOR

Para ser un vendedor o Proveedor de productos, los usuarios se deben de registrar en el sistema como vendedor ingresando sus datos

Registrar una cuenta

Dirección de Email

Se le enviará una contraseña a su dirección de correo electrónico.

Nombres *

Apellidos *

Nombre de tienda *

URL de la Tienda *

https://mirantin.com/Tienda/

Numero de telefono *

☐ Comprador

☒ Vendedor

☐ Aplicar para convertirse en un vendedor?

☐ He leído y acepto los [Términos y Condiciones](#).

Sus datos personales se utilizarán para procesar su pedido, respaldar su experiencia en este sitio web y para otros fines descritos en nuestro [política de privacidad](#).

Registro

MODIFICAR PROVEEDOR

Desde el panel de wordpress se puede modificar funciones para el proveedor o vendedor

Ventas	<input checked="" type="checkbox"/> Activar el añadido de productos <i>Activar o desactivar permisos para agregar productos</i>
Publicación	<input type="checkbox"/> Publicar el producto directamente <i>Bypass pendiente, publica productos directamente.</i>
Tipo de comisión del administrador	Porcentual ▼ <i>Establece el tipo de comisión que el administrador recibe de este vendedor</i>
Comisión del administrador	<input type="text"/> <i>Anulará la comisión por defecto que recibe el administrador de cada venta</i>
Vendedor destacado	<input type="checkbox"/> Marcar como vendedor destacado <i>Este vendedor será marcado como un vendedor destacado.</i>
<button>Actualizar usuario</button>	

REGISTRAR ORDEN DE SERVICIO

Los clientes al finalizar su compra, se generará una orden de pedido que ira al vendedor o vendedores, dependiendo de los productos que a comprado

Gracias. Tu pedido ha sido recibido.

NÚMERO DEL PEDIDO: 4913	FECHA: noviembre 3, 2019	EMAIL: jespinoza0212@gmail.com	TOTAL: S/187.90	MÉTODO DE PAGO: Transferencia bancaria directa
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------------	--------------------	---

Detalles del pedido

PRODUCTO	TOTAL
Aveeno Moisturizing Body Shower 450ml x 1 Vendedor: Vendido por: Mi Rantín	S/45.90
switch poe 8 puertos x 1 Vendedor: Tienda1 Vendido por: Mi Rantín	S/130.00
Subtotal:	S/175.90
Envío:	S/12.00 vía Precio Fijo
Método de pago:	Transferencia bancaria directa
Total:	S/187.90

Sección de la orden de pedido con datos de productos y dirección a donde se enviarán los productos.

Sub pedidos

Nota: Esta orden tienen productos de multiples venders. Por lo que dividimos la orden original en multiples ordenes para los venders.

PEDIDO	FECHA	ESTADO	TOTAL	
4917	noviembre 3, 2019	En espera	S/130.00 por 1 artículo	Ver
4915	noviembre 3, 2019	En espera	S/45.90 por 1 artículo	Ver

Dirección de facturación

Jose Espinoza
av malvas mz k
Lima
15109
987654321
jespinoza0212@gmail.com

Dirección de envío

Jose Espinoza
av malvas mz k
Lima
15109

ANULAR ORDEN

Desde el panel de pedidos del vendedor, se pueden visualizar las ordenes, cambiar de estados de los productos y anular cualquier orden

Escritorio

Productos

Pedidos

Contacta al Administrador

Retirar

Ajustes

Todo (4) |
 Completado (2) |
 En proceso (0) |
 En espera (2) |
 Pendiente (0) |
 Cancelado (0) |
 Reembolsado (0) |
 Fallido (0)

<input type="checkbox"/>	Pedido	Pedidos totales	Ganancias	Estado	Ciente	Fecha	Acción
<input type="checkbox"/>	Pedido 4917	S/130.00	S/123.50	En-espera	Jose Espinoza	noviembre 3, 2019	<input type="button" value="🗑️"/> <input type="button" value="✅"/> <input type="button" value="🔄"/>
<input type="checkbox"/>	Pedido 4633	S/142.00	S/135.50	Completado	Vanessa Flores	octubre 26, 2019	<input type="button" value="🗑️"/>
<input type="checkbox"/>	Pedido 4462	S/142.00	S/135.50	Completado	karina Flores Araujo	octubre 19, 2019	<input type="button" value="🗑️"/>
<input type="checkbox"/>	Pedido 4442	S/402.00	S/382.50	Completado	vaness Flores Araujo	octubre 19, 2019	<input type="button" value="🗑️"/>

Cancelación de orden

Escritorio

Productos

Pedidos

Contacta al Administrador

Retirar

Ajustes

← Pedidos

Pedido#4917 → Artículos del pedido

Artículo	Cantidad	Totales
switch poe 8 puertos	1	S/130.00
Subtotal:		S/130.00
Método de pago:		Transferencia bancaria directa
Total:		S/130.00

Dirección de facturación

Jose Espinoza
av malvas mz k
Lima
Lima
15109

Dirección de envío

Jose Espinoza
av malvas mz k
Lima
Lima
15109

Licencia del producto descargable

Elija un producto descargable ...

Conceder acceso

Detalles generales

Pendiente de pago

Procesando

En espera

Completado

Cancelado

Reembolsado

Fallido

Fecha de pedido:

noviembre 3, 2019, 11:49 am

Ganancias del pedido:

S/123.50

Cliente:

jespinoza0212

Email:

jespinoza0212@gmail.com

Teléfono:

987654321

IP del cliente:

181.224.246.200

Notas del pedido

El estado del pedido cambió de Pendiente de pago a En espera.

añadido hace 12 min Eliminar nota

Niveles de inventario reducidos: switch poe 8 puertos (#4350) 2→1

añadido hace 12 min Eliminar nota

REGISTRO DE CALIDAD DE PRODUCTO

Cada vendedor tiene que describir sus productos especificando sus características y garantía, además que cada usuario que a comprado ese producto puede dar su calificación y describir si el producto cumple con las características descritas en la tienda virtual

switch poe 8 puertos

★★★★★ (1 Review)

Each port power up to 15.4W

S/130.00

Vendido por: TIENDA1

Vendido por: Mi Rantin

Status: 2 disponibles

switch poe 8 puertos con garantía de 6 meses

Cantidad

−

1

+

Añadir al carrito

Comprar Ahora

Caregoria: Electronica de consumo

Descripción

Valoraciones (1)

Informacion del Vendor

Más Productos

Este producto tiene una cubierta metálica y el fabricante es reconocido a nivel internacional.

Cuenta con garantía de 2 años

Sus productos están certificados

Resumen del Sprint 2

Total de Historias	8
Historias terminadas	8
Historias por terminar	0
Avance	100%

Retrospectiva del sprint 2

Al final del Sprint, el equipo scrum se reunió para recibir la respuesta del Scrum master, para saber cómo le fue en la reunión con el Product Owner, resulta que el producto se entregó sin problemas y el cliente quedó satisfecho.

Cosas Positivas

- Logramos cumplir los resultados.
- El apoyo del equipo en todo momento.

Cosas Negativas

- Ninguna

ANEXO 27: ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°2

Acta de reunión de planificación de Sprint N°2

Fecha : 21 / 09 / 2019

Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo
Christian José Valdez Espinoza


Product Owner: Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que el equipo Scrum determinó las historias de usuario para el Sprint 2 para el desarrollo del proyecto "Marketplace para el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito SAC". Acordando satisfactoriamente los objetivos del Sprint 2, como también los elementos de la Pila de Producto (Historias) que contiene el Sprint mencionado.

Dentro del Sprint 2 se determinó lo siguiente:

SPRINT	OBJETIVO	HISTORIAS
2	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda listar todos los productos.	Listar Producto
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda eliminar en el sistema productos no operados.	Eliminar producto
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda editar los productos registrados en el sistema.	Editar productos
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda agregar al producto final.	Registrar fabricación
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda editar los registros de fabricación a los productos finales.	Modificar fabricación
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de administrador pueda registrar las órdenes de servicio del sistema.	Registrar orden de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción poder listar a todas las órdenes de servicio.	Listar orden de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción anular órdenes de servicio registrando la causa.	Anular orden de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción pueda iniciar la orden de servicio en producción registrando la fecha y verificando el stock de productos.	Iniciar orden de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción registrar el avance de la producción por órdenes de servicio.	Registrar avance de la orden de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción registrar el resultado de las pruebas de calidad realizados por orden de servicio.	Registrar calidad.

Firma en señal de conformidad.


Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 40: ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°2

Acta de Entrega del Sprint N°2

Fecha : 03 / 10 / 2019

Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo


Christian José Valdez Espinoza

Product Owner: Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que la Srta. Karina Vanessa Flores Araujo y el Sr. Christian José Valdez Espinoza presenta el módulo de fabricación que permite lo siguiente:

1. A los usuarios con perfil de administrador administrar las características de los productos finales.
2. A los usuarios con perfil de jefe de producción la gestión total de las órdenes de servicio con las funcionalidades ya determinadas por el Product Owner en la acta de reunión de planificación del Sprint 2 donde se detalla las historias de usuario y objetivos; elaboradas las especificaciones por el equipo Scrum y el Scrum Master se da la aprobación del Sprint 2, donde se decide de manera unánime aprobar el Sprint mencionado donde se presentaron los requerimientos para el proyecto "Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa creaciones Peloncito SAC"

Firma en señal de conformidad.



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

Desarrollo del Sprint 3

Lista de pendientes del Sprint 3

Cód.	Nombre Historia	Estimación	Iteración	Prioridad
H0015	Reporte de órdenes de servicio	5	4	5
H0016	Reporte de productos	5	4	5

Planificación del Sprint 3

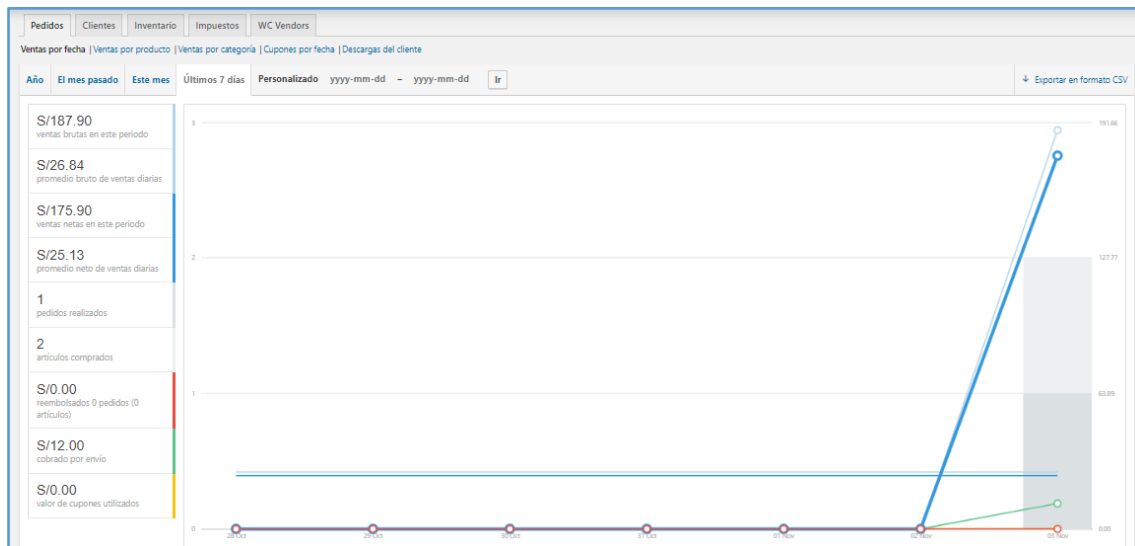
Sprint 3: Creación de reportes	8 días	vie 4/10/19	mar 15/10/19
Creación de reporte de orden de servicio	4 días	vie 4/10/19	mié 9/10/19
Creación de reporte de productos	3 días	jue 10/10/19	lun 14/10/19
Entrega del Sprint 3	1 día	mar 15/10/19	mar 15/10/19

Entrega del Sprint 3

CREACIÓN DE REPORTES DE PEDIDOS

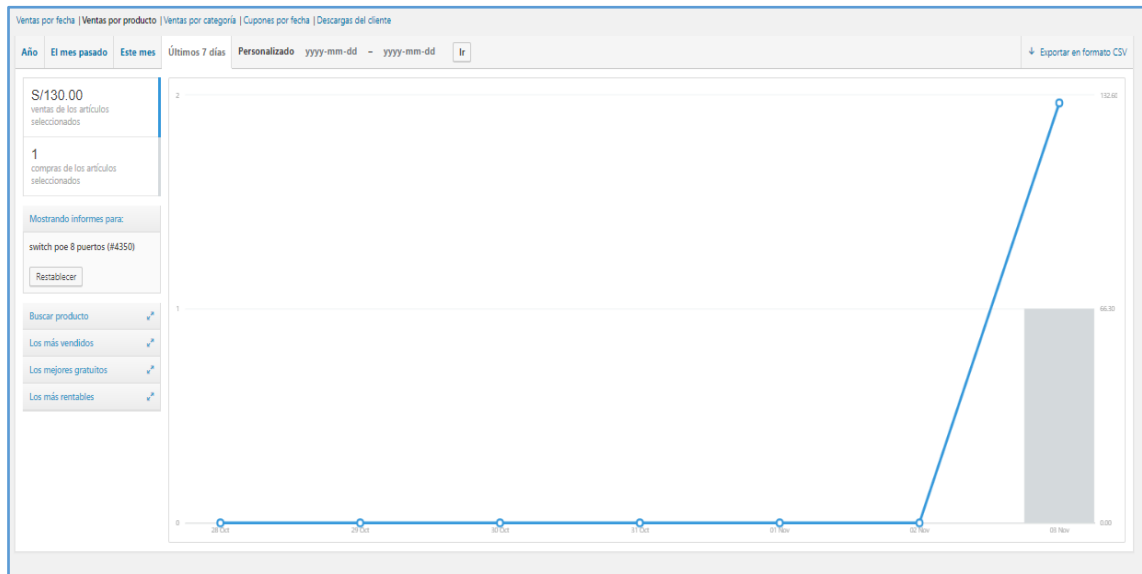
REPORTE DE ORDENES DE SERVICIO

Desde el panel de Wordpress se puede visualizar los reportes de pedidos, puede ser de un año, mes pasado, mes actual o de la última semana.



REPORTE DE PRODUCTOS

Desde el panel de wordpress se puede visualizar los reportes de los productos vendidos



Resumen del Sprint 3

Total de Historias	3
Historias terminadas	3
Historias por terminar	0
Avance	100%

Retrospectiva del sprint 3

Al final del Sprint, el equipo scrum se reunió para recibir la respuesta del Scrum master, para saber cómo le fue en la reunión con el Product Owner, resulta que el producto se entregó sin problemas y el cliente quedó satisfecho.

Cosas Positivas

- Logramos cumplir los resultados.
- El apoyo del equipo en todo momento.

Cosas Negativas

- Ninguna

ANEXO 41: ACTA DE REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE SPRINT N°3

Acta de reunión de planificación de Sprint N°3

Fecha : 4 / 10 / 2019

Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo

Christian José Valdez Espinoza


Product Owner: Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que el equipo Scrum determinó las historias de usuario para el Sprint 3 para el desarrollo del proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la empresa Creaciones Peloncito SAC”. Acordando satisfactoriamente los objetivos del Sprint 3, como también los elementos de la Pila de Producto (Historias) que contiene el Sprint mencionado.

Dentro del Sprint 3 se determinó lo siguiente:

SPRINT	OBJETIVO	HISTORIAS
3	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción y gerente general pueda generar un reporte resumidamente de todas las órdenes de servicio ingresadas según el rango de fecha que se indique.	Reporte de órdenes de servicio
	- Elaborar vista para que el usuario con el perfil de jefe de producción y gerente general pueda generar un reporte resumidamente del indicador de productividad de ventas según el rango de fecha que se indique.	Reporte de productividad de ventas.
	- Elaborar vista para que el usuario con perfil de jefe de producción y gerente general pueda generar un reporte resumidamente del indicador de índice de calidad de ventas conforme al rango de fecha que se indique.	Reporte de índice de calidad de ventas

Firman en señal de conformidad.


Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 42: ACTA DE ENTREGA DEL SPRINT N°3

Acta de Entrega del Sprint N°3

Fecha : 15 / 10 / 2019


Scrum Master : Karina Vanessa Flores Araujo

Christian José Valdez Espinoza

Product Owner: Sr. Leoncio Mendoza

Mediante la presente acta se valida y se da conformidad de que la Srta. Karina Vanessa Flores Araujo y el Sr. Christian José Valdez Espinoza presenta el módulo de reportes que permite a los usuarios con perfil de jefe de producción y usuarios con perfil de gerente general generar reportes por órdenes de servicio según el rango de fechas que establezcan y los reportes de productividad de ventas y del índice de calidad de ventas conforme con las funcionalidades ya determinadas por el Product Owner en la acta de reunión de planificación del Sprint 3 donde se detalla las historias de usuario y objetivos; elaboradas las especificaciones por el equipo Scrum y el Scrum Master se da la aprobación del Sprint 3, donde se decide de manera unánime aprobar el Sprint mencionado donde se presentaron los requerimientos para el proyecto “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”

Firma en señal de conformidad.



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General

ANEXO 43: ACTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL MARKETPLACE

ACTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL “MARKETPLACE PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA CREACIONES PELONCITO SAC”

Estimados estudiantes

Karina Vanessa Flores Araujo

Christian José Valdez Espinoza

Mediante la presente acta de implementación se confirma y ampara que se realizó la ejecución del sistema con fecha 20/10/2019, cuyo título es “Marketplace para el proceso de ventas de la Empresa Creaciones Peloncito SAC”, con el fin de contribuir a la organización de manera eficiente, cumpliendo los requerimientos planteados al comienzo del proyecto.

Quedamos agradecidos por el apoyo y con la contribución de dicha implementación, sin más que decir me despido.

Atte.



Sr. Leoncio Mendoza
Gerente General